Manual
de guerrilla de la comunicación

CONSULTOR PRÁCTICO PARA EL TRATADO
DE DOLORES LOCALES Y GENERALES





Grupo autónomo a.f.r.i.k.a.
Luther Blissett / Sonja Brünzels

cómo acabar con el mal





Advertencia a las lectoras

Lo que se intenta con este libro es algo paradójico. Aquí se presentará de manera muy seria la teoría gris de una práctica que no solamente pretende ser subversiva, sino también placentera y divertida. Las autoras están hasta las narices de la práctica exclusiva de escribir octavillas insípidas y del dogmatismo (extendido también entre los autónomos) de la izquierda que a lo sumo nos permite reírnos del cabaret político. En lo demás hay que demostrar siempre que llevamos a cuestas todo el dolor y toda la injusticia del mundo. Queremos huir de la práctica política que mide su propia importancia por el grado de abstracción o por el gesto de seriedad de sus resoluciones. Puede que esta imagen sea injusta o exagerada. Pero ya nos conocemos: la mala conciencia que nos invade cuando, en vez de currarnos por fin aquel texto teórico sobre la tergiversación, nos pasamos dos noches bailando; la moral del trabajo que nos obliga a permanecer pálidas ante el monitor (por mucho que nos guste escribir), en vez de tomar el sol —a pesar del agujero en la capa de ozono— en la piscina; la escrupulosidad con la cual revisamos unas expresiones para comprobar si se atienen a la línea políticamente correcta. Todo eso nos es muy familiar.

«¿Acaso la mejor subversión

«No hay una vida correcta en lo falso». No obstante, a muchas nos gustaría vivir una vida no supeditada a los conceptos de competencia y de rendimiento y que, además, resulte atractiva. La guerrilla de la comunicación tal vez podría ser un medio para tal práctica.

Un exceso de análisis y estructuración, de conceptualización y delimitación de diferentes principios, métodos y técnicas puede restarle encanto hasta a la más bonita de las acciones. Precisamente por esta razón, contamos también muchas historias de acontecimientos sin despiezarlas para no convertirlas en teoría seca e indigesta. Sin embargo, sería igualmente fatal ver en las concepciones teóricas que aquí se proponen un manual de reglas a seguir, y encerrar así la propia práctica en un corsé que ya no deje lugar a deseos, placeres y diversiones incontroladas. Y aunque no haya unanimidad acerca de las valoraciones o los ejemplos propuestos, este libro se propone a la lectora como caja de herramientas que ofrece palabras, metáforas e imágenes y que anima a reflexionar sobre posibilidades similares en la propia práctica. Hacer eso en sí mismo ya contribuye a desarrollar la práctica propia. Y ésta es también la mejor contribución que se puede hacer a una futura teoría de la subversión.



Sobre la guerrilla de la comunicación

La política radical de izquierdas y la crítica de la sociedad tienen fama de querer realizar su deseo de una política emancipadora ante todo por medio del esclarecimiento racional y la proclamación de una verdad única. Las autoras de los textos aquí recopilados no disponen de una verdad tal que se podría inscribir en sus banderas y con la cual podrían machacar a las demás gentes de izquierda o a los no creyentes.

Con el concepto de guerrilla de la comunicación invitan a experimentar otras formas de hacer política que —a pesar de pertenecer ya desde hace tiempo a la práctica de los grupos de izquierdas— muy a menudo han sido subvaloradas como bromitas poco serias al margen del verdadero trabajo político. Este *Manual de guerrilla de la comunicación* aborda estas formas de práctica política subversiva, sus condiciones, posibilidades y límites.

Las autoras no van a reproducir aquí las controvertidas discusiones que se han producido una y otra vez por diferencias en la manera de pensar, por el enfrentamiento entre conceptos marxistas y anarquistas, entre conceptos económicos tradicionales y de teoría discursiva, entre la crítica del eurocentrismo y la preservación en unos valores

no es la de alterar los códigos

universales. Por el momento, han acordado ubicarse conjuntamente en el lugar poco seguro de la crítica de la situación actual. A raíz de las dudas siempre presentes y conscientes del condicionamiento histórico de nuestros propios proyectos políticos tradicionales, hemos sentido la necesidad de desarrollar prácticas políticas que correspondan, por un lado, a la situación actual pero que, por otro lado, no renuncien de forma irreflexiva a planteamientos básicos de la izquierda no dogmática de los años 70 y 80.

Aparte de nuestra postura irreconciliable con las formas de producción capitalista, con las estructuras de poder y las formas de socialización que desprecian al ser humano, teníamos y tenemos otro punto de partida en común: el descontento con una práctica política de la izquierda radical que anda dando tumbos entre la militancia estricta, la política realista pragmática y la pura crítica ideológica. El malestar frente a estas formas tradicionales de política de izquierdas, que parecen ser excluyentes, ha aumentado en una fase histórica donde se oyen por todas partes quejas sobre la crisis de la política de izquierdas y donde se manifiestan claramente los puntos débiles y los problemas de sus

Los viejos maestros

A la izquierda no le queda otro remedio que volver a dedicarse un poco más al estudio de los clásicos. Para contrarrestar las numerosas simplificaciones del pensamiento de Marx nos vemos en la obligación de recordar una práctica de los fundadores del comunismo científico suprimida, por razones obvias, en la mayoría de los cursillos sobre marxismo. Cuando Karl Marx publicó en 1859 su obra Crítica de la economía política simplemente fue ignorado por los más destacados especialistas en economía política de Alemania. Para evitar que El Capital sufriera el mismo destino, Friedrich Engels y otros organizaron justo después de la

Los viejos maestros .

presentación del libro la publicación de recensiones y comentarios en diferentes periódicos y revistas. Para romper la «conspiración burguesa del silencio», Engels escribió bajo seudónimo críticas despiadadas de El Capital en la prensa burguesa, obligando de este modo a los economistas políticos a pronunciarse. Hasta julio de 1868 se publicaron por lo menos 15 recensiones ficticias en periódicos burgueses. Por tanto, Marx y Engels nos enseñan ya que lo importante de una noticia no es su contenido, sino más bien el solo hecho de que dicha noticia salga a la luz.

conceptos políticos y sus formas de actuación. Partiendo de dicha situación, las autoras de este libro discuten caminos y condiciones para una práctica que ya no (mal)entiende «la militancia» en un sentido militar, pero que tampoco quiere entrar en la alternativa falsa de la «pura crítica ideológica» o de la «política realista pragmática».

Si nos centramos en el ámbito intermedio entre la política esclarecedora y la intervención simbólico-cultural y si atacamos las formas políticas de izquierdas que se visten a menudo con una seriedad casi protestante, queremos que se entienda esta crítica como una crítica solidaria y dirigida también a nosotros mismos. En un ambiente social que no ha cambiado a favor nuestro desde los años 70 —más bien al contrario— nos gustaría contribuir a una ampliación de las formas de hacer política de izquierdas. Va en aumento el peligro de que la utopía de una sociedad diferente no sólo será desechada por ilusoria, sino que ni siquiera podrá ser ya pensada.

La guerrilla de la comunicación ni facilita una concepción teórica impermeable ni unas reglas fijas y exactas para el desarrollo concreto de una práctica política. Este concepto surgió de la exigencia de unir en la reflexión nuestras distintas prácticas políticas

en vez de destruirlos?»

Roland Barthes

y nuestra teoría de la crítica social, de interrelacionarlas y de hacer que los dos procedimientos se estimularan mutuamente, en vez de servirse de uno sólo con el fin de atacar al otro. En el tiempo que estuvimos escribiendo nuestras propias reflexiones y las ideas y acciones de otros, se desarrollaron nuevas ideas para acciones propias y campos de intervención que, por su parte, dieron pie al desarrollo de palabras, conceptos y teorías.

La concepción de la guerrilla de la comunicación forma parte de un proceso donde se critican las relaciones sociales de dominio como, por ejemplo, el nuevo y el viejo nacionalismo, el sexismo/patriarcado, el racismo y las formas de producción capitalista vinculadas con éstos; se analiza la normalización de tales relaciones de dominio a nivel de los discursos sociales y de las formas de ○ *gramática cultural* y se formulan propuestas de cómo cuestionarlas.

La guerrilla de la comunicación quiere socavar la normalidad y la pretendida naturalidad del orden imperante. Su posible subversividad consiste, por de pronto, en el intento de cuestionar la legitimidad del poder abriendo de esta manera otra vez el espacio

¡Va de retro!



«Sí al sexo en las escuelas de Baviera (CSU)»

para utopías. Su proyecto es la crítica de la no-cuestionabilidad de lo existente. Dicha subversividad pretende transformar los discursos cerrados en situaciones abiertas, cuestionando la normalidad mediante un inesperado factor de confusión. Cada acción mirada por sí misma constituye sólo una forma momentánea y aislada de transgresión. Pero a medida en que los grupos políticos van abriendo espacios en vez de cerrarlos o fijarlos, se crean posibilidades para visiones y pequeñas anticipaciones de una alternativa a la sociedad actual. En esos momentos de repente es posible que los sujetos actúen de otra manera que de costumbre, que desarrollen prácticas cuya experimentación les haga cambiar no sólo lo que dicen, sino también lo que hacen.

En la búsqueda de tales formas de intervención, las autoras se han dejado inspirar por personas, grupos y movimientos que han reflexionado sobre la relación entre poder, lenguaje y subversión, entre arte, técnica y política. En el imaginario árbol genealógico de lo que en este libro se considera guerrilla de la comunicación, se encuentran unos antecedentes tan diversos como la Internacional Situacionista, el movimiento del 77 de Italia, la Comuna I de la República Federal de Alemania, los yippies, los *culture jammers* y los *billboard bandits* de EEUU o los psicogeógrafos de Francia, Italia e Inglaterra. El análisis de dichos grupos, de sus formas de acción y de sus posiciones políticas no sólo ha influido en la práctica de las autoras, ampliándola de múltiples maneras, sino que también nos ha llevado a nuevas reflexiones teóricas. El resultado de esto es la teorización de principios, métodos y técnicas de la «guerrilla de la comunicación» en este manual, que no pretende canonizar la forma correcta de una determinada práctica, sino que pretende constituir una defensa de la guerrilla de la comunicación como forma de enfrentamiento político.

El concepto de guerrilla de la comunicación no sustituye en ningún caso la discusión sobre contenidos y formas de organización, ni acciones antifascistas, ni programas teóricos, ni nuestros propios medios de comunicación. Tampoco está en contradicción con una política de contrainformación. Este concepto, no obstante, parte de la idea de que unos contenidos políticos no se aceptan exclusivamente por su veracidad y corrección, sino que una política radical de izquierdas siempre ha de tener en cuenta las condiciones de la

© Internacional Situacionista



«Fijaos en la Comuna de París.»

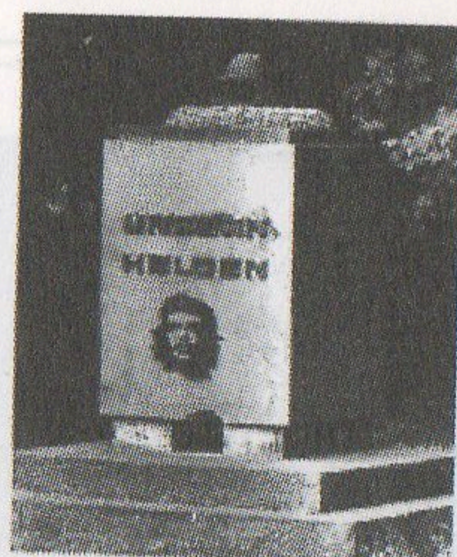
recepción política. Cuando el esclarecimiento no dé resultado, la guerrilla de la comunicación puede ser una táctica más efectiva; pero allá donde exista un grupo receptivo con el que queramos trabajar o mucha presión social hay que utilizar el esclarecimiento y la información, y a menudo las dos se solapan y se complementan.

La guerrilla de la comunicación es democrática en cuanto que confronta a las ciudadanas no sólo con algunas proclamas, sino que recoge las contradicciones y las experiencias de sus propias vidas e invita a reflexionar y actuar de otra manera a partir de ellas. Unas acciones concretas pueden hacer tambalear el consenso hegemónico por unos instantes y dividir la opinión pública burguesa en constelaciones cambiantes, no siempre previsibles, de personas atacadas, participantes y espectadoras. Mientras que las personas atacadas se ven confrontadas con unas formas de resistencia que las llevan a situaciones inesperadas y poco controlables, para las participantes involuntarias, las espectadoras y las indiferentes se manifiesta –en el mejor de los casos– una práctica social que no tienen que entender como un ataque frontal a su propia identidad, sino como una oferta placentera que les abre nuevos horizontes de reflexión. En este caso no hace falta definir exactamente quién es el que actúa y qué proclamas y conceptos se encuentran detrás de cada una de las acciones: la crítica resulta de la propia situación.

Las autoras se han decidido por el concepto de guerrilla de la comunicación porque todos los conceptos y todas las formas de acción que resumen se refieren a procesos de comunicación social: a la comunicación entre los media y las consumidoras de los media, a la comunicación en el espacio público o social, así como a la comunicación entre instituciones sociales e individuos. La comunicación abarca mucho más de lo que hace suponer la generalizada visión tecnicista: no se limita a los medios de comunicación de masas (*mass-media*) o a medios técnicos de comunicación como el fax, el móvil, el ordenador y el módem. Estos chismes que pueden ser útiles están, sin embargo, enormemente sobrevalorados.

Al menos igual de importante que los medios técnicos de comunicación son las formas cotidianas de comunicación «cara a cara» y las estructuras sociales de comunicación en las cuales se producen y reproducen continuamente las relaciones de poder. Actuar de forma diferente a lo previsto dentro de estas estructuras de poder de la comunicación social, sustraerse a determinadas formas de comunicación y de «diálogo», puede constituir una crítica clara y eficaz de estas estructuras de poder aparentemente normales. En algunas situaciones, el intercambio aparentemente razonable de argumentos puede ser expresión de aceptación de dichas estructuras: al articular una crítica dentro del margen de las estructuras de comunicación preestablecidas sólo se ayuda a estabilizar y legitimar,

Bremen, julio de 1981


«A nuestros héroes»

precisamente, las estructuras que se quiere criticar. Lo importante, pues, no sólo es lo que se critica, sino también el «cómo» de la crítica.

En nuestra decisión a favor del concepto de guerrilla de la comunicación ha influido –aunque no nos guste admitirlo– un cierto romanticismo revolucionario. A pesar de ello, la metáfora de la guerrilla resulta ciertamente apropiada para este proyecto, ya que la guerrilla no opera desde una posición visible como un ejército oficial, sino desde las sendas accidentadas y perdidas, alejadas de las grandes rutas. La guerrilla no necesita de muchas personas, aunque sí que depende de la complicidad o, por lo menos, de la tolerancia de la población. Su táctica se basa en el conocimiento del terreno. Actúa de manera local y en momentos puntuales. Las guerrillas actúan desde la clandestinidad y para evitar su captura se trasladan de sitio. No se presentan a la lucha abierta, puesto que tendrían pocas posibilidades contra la superioridad de las tropas «ordinarias». Trasladado al proceso de comunicación, eso significa que se escapan del margen preestablecido de estructuras de argumentación y tienen sus propias ideas de lo que es o no es conveniente. Cuando la guerrilla vence, deja de ser guerrilla, es decir, en ese momento deja de ser aplicable la metáfora, ya que el concepto de «guerrilla de la comunicación» no sirve para vencer en un sentido militar, para preparar el camino a una utopía clara y unívoca en el sentido del Estado perfecto o del no-Estado.

Umberto Eco utilizó ya la metáfora de la «guerrilla» cuando hablaba de unos intentos de crítica de los discursos dominantes no basados en la argumentación y la agitación. De manera parecida a su «guerrilla semiológica», la «guerrilla de la comunicación» representa una utilización e interpretación discordante y disidente de los signos. El concepto de «guerrilla de los media», en cambio, nos aleja bastante de lo que nosotros pretendemos hacer. Bien al contrario de la obsesión generalizada por los media, el concepto de guerrilla de la comunicación no se refiere solamente a la comunicación mediática, sino también a la comunicación e interacción «cara a cara» en distintos foros de comunicación.

En los ambientes culturales y políticos tanto dominantes como subculturales se encuentra siempre a gente que tenía o tiene en mente cosas parecidas a las de la guerrilla de la comunicación. Las autoras del presente libro se dejaron influir por la forma de actuar de la «Spaßguerrilla» (= guerrilla divertida) sin optar por este nombre, ya que la guerrilla divertida va unida de modo inseparable a una determinada constelación histórica y a determinadas personas; y con la actual tendencia al «hay que divertirse, ya que es lo único que nos queda», este nombre sólo conduciría a malentendidos. La idea asociada

Eco, Umberto: *Per una guerriglia semiologica*. En: Eco, Umberto: *Il costume di casa*,. Milán, Bompiani,

Respecto a la guerrilla de los media, cfr.: http://www.t0.or.at/~oliver/

SpassGuerilla, Münster, 1994 (Berlín, 1984).

© Internacional Situacionista



«Fue la dictadura...»

a este concepto de que la diversión en sí ya es subversiva, a las autoras les parece bastante cuestionable. Esta idea de la diversión se encuentra también en los «pranks» (= travesuras, bromas) de los *pranksters* que actúan principalmente en el contexto artístico de Estados Unidos, y en la «anarchic buffoonery» de Gran Bretaña. Las autoras, no obstante, tampoco claman por una lectura contraria, o sea, una lectura que afirme que la diversión no pinta nada en una política de izquierdas porque lo convierte todo en apolítico y arbitrario.

«Pranks!» *Re/Search* nº 11, San Francisco, 1987.

Law, Larry: *Buffo! Amazing Tales of Political Pranks and Anarchic Buffoonery*, Londres, 1988 (1985).

Expresiones como «cultural terrorism» o «artistic terrorism» (Kono Matsu) trabajan con la paradoja que resulta de la combinación de un campo de acción como el «arte» y la «cultura» con el concepto de «terrorismo». Mientras que los medios de comunicación italianos en seguida hicieron suya la idea del omnipresente «terrorista culturale Luther Blisset» sin relacionarla paranoicamente con bombas y ametralladoras, este concepto evocaría en la República Federal de Alemania todavía asociaciones con los años 70.

En EEUU y Canadá se habla últimamente mucho del concepto de «culture jamming» que quizás podría traducirse por «interferencia cultural». La expresión «Jam their lines» (¡Interferid sus líneas!) ilustra bien de lo que se trata. Las acciones del «culture jamming» se realizan a veces también bajo el nombre de «monkey wrenching» (*monkey wrench* = llave inglesa). Este nombre se remonta a la novela homónima de sabotaje ecológico de Edward Abbey y apunta claramente en dirección a actos de sabotaje materiales que a veces se combinan con intervenciones de la guerrilla de la comunicación, pero que no forman parte del centro de reflexiones de este libro.

Dery, Mark: *Culture Jamming*, Westfield (EEUU), 1993.

Mientras que la militancia militar y el sabotaje apuntan a una interrupción del canal de comunicación, la guerrilla de la comunicación entiende las formas mismas de la comunicación como prácticas de dominio. Utiliza las estructuras del poder tergiversando y apropiándose de sus signos y códigos.

Aunque aquí se separa la guerrilla de la comunicación de actos de sabotaje (daños materiales) o de una política emancipatoria de contrainformación, somos conscientes del papel que ambos juegan de una u otra manera en muchas de las acciones que vamos a describir. A menudo es la situación concreta la que acabará determinando cuál de las formas de acción les parece más idónea a las activistas; y normalmente serán ellas mismas las que lo decidan.

Este *Manual de la guerrilla de la comunicación* no puede ni debe ser tomado como un libro de recetas. Para favorecer distintas lecturas de los textos, hemos elegido una configuración en forma de collage. De este modo el libro puede ser usado al mismo tiempo

Campaña del censo de 1987



«Por cierto, yo tampoco me dejo censar.»

como una suerte de enciclopedia para determinados temas y planteamientos y como proveedor de ideas para acciones políticas. Las palabras señaladas con un ○ remiten a una explicación más detallada en otra parte del libro. En la bibliografía sólo salen libros y artículos que nos parecían interesantes desde nuestro punto de vista. Una bibliografía más amplia así como algunas contribuciones que no hemos podido incluir en este libro pueden encontrarse en nuestra página de internet (ver listado al final del libro). Nuestra intención es convertir esta página en un archivo de la guerrilla de la comunicación.

http://www.contrast.org/KG

La lectora se encontrará con tres clases de textos, a los que corresponderán diferentes tipos de letra.

En el texto central encontrará las descripciones de los principios, métodos, técnicas y herramientas comunicativas de la guerrilla de la comunicación, así como textos que intentan situarla teóricamente y que discuten su importancia en referencia a una práctica emancipatoria y de cambio social.

En el texto superior se describen prácticas, corrientes y grupos que desde su teoría y práctica tienen alguna afinidad con la guerrilla de la comunicación. Claro está que estas descripciones cortas no pueden hacer justicia a toda la complejidad de dichos grupos. Algunos grupos, por ejemplo, nos parecían sugerentes por sus métodos, pero no coinciden en absoluto con las convicciones de las autoras. Hemos aceptado esta contradicción. En todo caso resulta más provechoso dejarse inspirar por ellos y apropiarse de lo que nos pueda servir, que insistir siempre en sus divergencias respecto a la línea correcta.

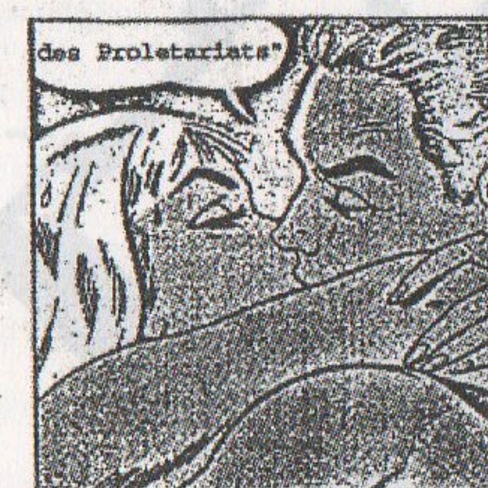
Virus editorial
Aurora, 23, baixos
08001 Barcelona
93-441 38 14
t./fax: virus@pangea.org

afrika@contrast.org

Y es por eso que en la parte inferior de las páginas hemos incluido textos elegidos para divertir y sorprender, a la vez, a las lectoras. Este manual no está completo y por eso rogamos a todas las que echen algo de menos que nos remitan a nuestra dirección electrónica sus comentarios, aportaciones, descripciones y desacuerdos (las descripciones de acciones, a poder ser, como archivos añadidos) para que siga creciendo el archivo de la guerrilla de la comunicación.

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe, luther blissett, sonja brünzels

© Internacional Situacionista



«... del proletariado.»

Gramática cultural y subversión

A continuación abordaremos una cuestión muy simple: ¿Cómo es posible que la gente de nuestra sociedad acepte con tanta naturalidad las múltiples relaciones de poder y de dominio? ¿Por qué razón estas relaciones son consideradas algo normal y generalmente no son cuestionadas? ¿De qué manera pueden introducirse interferencias y confusiones en este consenso social que existe respecto al ejercicio del poder?

Las más diversas instituciones sociales se encargan de que aprendamos ya desde pequeñas cómo integrarnos y someternos a las relaciones de poder y de dominio. En la escuela –uno de los lugares más importantes de socialización–, por ejemplo, muchos conceptos de la ideología dominante ya están incorporados en las materias a tratar. Se enseña, por ejemplo, la teoría dominante referente a la historia, los conocimientos generales necesarios, el sistema social de valores y normas. Pero más allá de estos contenidos abiertamente conformes al sistema, se enseña en un sentido mucho más amplio a los alumnos cómo integrarse en la normalidad de relaciones de poder y dominio. Aunque se pueda cambiar, de vez en cuando, el orden de cómo sentarse en clase, sigue la obligación de respetar la forma vigente en cada momento. Aun poniendo las mesas en forma circular, la autoridad del profesor se demuestra por el hecho de que él puede levantarse, pasearse y hablar con los alumnos en cualquier momento. Un orden de comunicación frontal y unilateral determina quién decide sobre la manera de aprender –es decir, la profesora– y quién tiene que adaptarse –es decir, los alumnos–. La secuencia exacta de las horas lectivas se hace obligatoria a través de señales acústicas. A eso hay que añadir la configuración arquitectónica del edificio y de su entorno con sus aulas, salas de especialidades, salas de profesores prohibidas para los alumnos, así como la división de los alumnos según categorías de edad y conocimientos mediante exámenes y notas. En este marco es absolutamente normal que el profesor se plante delante de las alumnas y les de la palabra a la hora y sobre el tema que él determine, pues parece ser que sólo este procedimiento posibilita un transcurso regular de la enseñanza. De este modo, no sólo se restablece cada vez la autoridad del que manda, sino también el mantenimiento del sistema de autoridad y subordinación como único camino posible para organizar las relaciones sociales.

En el marco de las reglas y de las convenciones escritas y no escritas de la escuela, los que aprenden y los que enseñan practican diariamente unos comportamientos que sirven también en otros ámbitos sociales para mantener un orden basado en relaciones de poder. La totalidad de tales reglas la denominamos ⟳*gramática cultural*. Mediante unos pocos ejemplos se puede ilustrar cómo este sistema de reglas de la gramática cultural produce y reproduce el poder y el dominio y cómo normaliza formas de comunicación jerárquicas. Y lo hace no solamente bajo presión externa, como en la escuela, sino también en gran medida en contextos determinados por una misma: la gramática cultural no se respeta exclusivamente por obligación, sino también conscientemente y por interés propio.

En reuniones de asociaciones, el presidente está autorizado y obligado a dirigir el orden del día, lo que pone de manifiesto su posición destacada frente a los demás. De esta manera, se hacen aceptables unas estructuras sociales jerárquicas, puesto que ésta es una manera normal de organizarse. Cuando se asiste a una conferencia, todos los participantes tienen claro que la ponente es una persona dotada de autoridad que determina los temas a discutir y a la que corresponde el derecho a hablar en solitario por lo menos durante la primera mitad del acto. Si bien las espectadoras han acudido voluntariamente, se considera que se comportan de forma correcta y no problemática sólo si están sentadas en dirección hacia la ponente, calladas y prestando atención.

Los actos electorales con políticos de los diferentes partidos –para contemplar un ejemplo de un contexto explícitamente político– transcurren según el mismo esquema formal que las conferencias. Estos actos ilustran de forma plástica un elemento central de dominio democrático-burgués: dicho dominio no se basa en primera instancia en la utilización abierta de la fuerza por parte del aparato estatal, sino en la producción de consenso. Con un sinfín de prácticas se mantiene la ficción de que este consenso es producto de una comunicación de igualdad («diálogo con los ciudadanos») entre los gobernantes y los gobernados acerca de las formas y prácticas del dominio. Al mismo tiempo, sin embargo, se asegura el funcionamiento inalterado del dominio por la manera en que se da esta aparente comunicación. El acto electoral se sirve, por ejemplo, de la forma cultural de la conferencia sin que se produzca en la rueda de preguntas una discusión de contenidos. Y es que el contenido de la conferencia misma no tiene gran importancia para el mantenimiento de la ficción de una producción de consenso entre iguales; el mensaje de todo el acto es sobre todo: vivimos en una democracia parlamentaria donde todos tienen el derecho a expresar libremente su opinión mientras lo hagan de una manera acorde con las reglas vigentes en este tipo de actos, y siempre que en lo referente al tema y a la elección de sus palabras se atengan a las convenciones socialmente aceptadas. Pero nadie nota que este derecho a la libre expresión ha quedado sin efecto, puesto que tanto los posibles temas como el modo establecido para discutirlos ya están predeterminados y limitados por el marco formal en el que se dan. Ya que dicho marco y sus reglas se han interiorizado y se ven como normales y naturales. Cuando el Canciller alemán –en medio de un centenar de antidisturbios y rodeado de guardaespaldas y del servicio de orden– llena la plaza del mercado con unos decibelios ensordecedores, demuestra con ello su cercanía al ciudadano.

El gegant de la ciutat

La Plaça de Sant Jaume de Barcelona acogía, como cada año durante las fiestas de la Mercé, su ya tradicional pasacalles de bestias. Se abren las puertas del Ayuntamiento y comienzan a salir de uno en uno los diferentes dragones, hidras y otras bestias fantásticas de las diferentes «colles» venidas de toda Cataluña. Las tracas y petardos atronan e iluminan la noche barcelonesa, y el público compuesto por familias enteras y personas de todas las edades disfruta del espectáculo y aplaude con fervor. De pronto, la «colla» del dragón de Nou Barris se retrasa —casualmente uno de sus integrantes es un joven recientemente

El gegant de la ciutat ...

condenado, junto con otros catorce jóvenes, por haber okupado una dependencia municipal en protesta por el continuo desalojo de casas—, y este retraso es aprovechado por un gigante que pacientemente esperaba afuera su oportunidad para unirse a la fiesta: se trata de un punk enorme, de más de cuatro metros, con la clásica indumentaria y con el símbolo okupa en la chupa de cuero. Ya durante la mañana había provocado las delicias de los transeúntes cuando con sus enromes manazas había soltado algún pellizco cariñoso a los reyes y reinas del desfile oficial de gigantes. Las bromas y risas que provoca entre el público, que no

El Sr. Ministro se dirige al pueblo

Una obra de la
COMISIÓN ELECTORAL DE LA CDU

con arreglos a cargo de
SONJA BRÜNZELS Y LUTHER BLISSET

y representada por el
GRUPO DE TRABAJO DE FORMACIÓN POPULAR DE LA GUERRILLA DE LA COMUNICACIÓN

ESCENA

Viernes, 18 horas, amplia panorámica, en algún lugar de Alemania, principios de los años noventa. Sala de actos municipal. Una hilera de ventanas a izquierda y derecha. Se han colocado 150 sillas de cara al escenario elevado, dejando libre un pasillo en el medio. En un extremo del escenario, una tribuna de oradores con micrófono y mesa. Tras la mesa, tres sillas. En la mesa, una botella de agua pequeña y un vaso. A un lado del escenario, flores decorativas y más sillas. Al final del pasillo central, un micrófono de pie para el público.

Y esta ficción funciona hasta cierta medida. No obstante, es bastante ridículo interpretar tal demostración de poder como una posibilidad de comunicación, o sea, de intercambio recíproco e igualitario. Todo eso debería interpretarse más acertadamente como una escenificación de demostración y autoafirmación del poder. A pesar de ello, las espectadoras no viven necesariamente dichos actos en este sentido, puesto que la escenografía y el ejercicio de dominio implícitos en las formas de la gramática cultural normalmente no se perciben como tales.

En dichos rituales los espectadores no siempre son meros figurantes en la representación del poder. Los invitados a una recepción pública en realidad tampoco creen que hayan venido para escuchar las palabras importantes y clarificadoras del anfitrión. Los «distinguidos señores», impregnados de lociones de afeitar y vestidos con trajes de Hugo BOSS, y las «muy apreciadas señoras», con sus caros perfumes y envueltas en sus mejores vestidos de noche, saben perfectamente que se trata de afirmar la gramática cultural, es decir, se trata de ver y de ser visto, de exhibir la Cruz del Mérito y demás chatarra, de entablar y cuidar contactos, de ser presentado a personas importantes. En pocas palabras, en este marco preestablecido se trata de ponerse en escena de la forma más favorable para desempeñar tanto el papel de beneficiario como el de espectador en el espectáculo

El gegant de la ciutat ...

sabe muy bien si forma parte espectáculo oficial, poco tienen que ver con la preocupación que su presencia provoca en el interior del consistorio: los antidisturbios de la Guardia Urbana se preparan ante un posible intento de okupación del Ayuntamiento. La tensión llega al máximo, cuando las bestias y dragones, una vez acabado su recorrido por la ciudad, vuelven a introducirse en el Ayuntamiento. El punk gigante hace incluso un amago de entrar, pero en el último momento desvía su camino —¡ni ganas de entrar allí!— para irse a disfrutar de las fiestas con una compañía más agradable, lejos de burócratas y mercenarios.

REPARTO DE PAPELES

Protagonista:
E l p o l í t i c o , *en este caso el Sr. Ministro de Defensa.*

Papeles restantes:
E l d i p u t a d o f e d e r a l d e l a C D U *de la circunscripción electoral.*
E l s e c r e t a r i o g e n e r a l d e l a C D U l o c a l .
L o s g a r a n t e s d e l o r d e n p ú b l i c o *(algunos señores corpulentos de civil, con cartera, encargados de salvaguardar la integridad personal del Sr. Ministro. Un par de guardianes del orden uniformados —en su versión más agradable, sin casco y sin porra). Un amplio servicio de orden de la agrupación local.*

E l p ú b l i c o :
Miembros de la Joven Unión. Rostros pálidos, bien afeitados y de pelo corto, con gabardina, camisa de cuello y corbata. Notables de la CDU del lugar, políticos locales de diferentes

del poder. La participación en este ritual, regulado por la gramática cultural, le permite al público no sólo cerciorarse de su vigencia, sino también participar en las relaciones de poder.

¿Qué es la gramática cultural?

La metáfora de la gramática cultural se remite a la lingüística. La gramática es el sistema de reglas en el que se basa el lenguaje. Es un sistema que aprendemos inconscientemente. Es la estructura que determina el uso y la interrelación de los elementos de los enunciados lingüísticos. Sin una gramática no es posible expresar contextos complejos, aunque muy poca gente reflexiona sobre la estructura sintáctica cuando habla su idioma. El respeto de las reglas gramaticales es una actitud normal y pocas veces cuestionada.

Llamamos gramática cultural al sistema de reglas que estructura las relaciones e interacciones sociales. Abarca la totalidad de los códigos estéticos y de las reglas de comportamiento que determinan la representación de los objetos y el transcurso normal de situaciones en un sentido que se percibe como socialmente conveniente. La gramática cultural ordena los múltiples rituales que se repiten diariamente a todos los niveles de una sociedad. Comprende también las divisiones sociales del espacio y del tiempo, que

El gegant de la ciutat .





fracciones trajeados. Sus señoras con vestido de gala. Cuatro soldados profesionales. Algunas ciudadanas y ciudadanos sueltos ávidos de información. El inexcusable y estrambótico fotógrafo de la localidad con un aparato fotográfico enorme (lleva su propio servicio de orden). Una joven mujer atractiva y vestida a la última moda. Algunos jóvenes, cuyas vestimentas correctas no acaban de cuadrar con sus cortes de pelo más o menos aventurados. Una mujer sensible de media edad, que se harta enseguida de todo.

El matrimonio Schulz: *La Sra. Schulz en traje. Tiene toda la apariencia de haber estado buscando ropa convencional del armario de ropa vieja. El Sr. Schulz en traje algo raído y con corbata. Pelo corto, aspecto burdo, con gafas y mirada ligeramente colérica.*

El matrimonio Schmidt: *La Sra. Schmidt en traje color beige, con un corte de pelo corto y esmerado y maquillaje discreto. El Sr. Schmidt en traje de confirmación algo arrugado, talla 54, y gafas de concha.*

LA OBRA ORIGINAL:

Un acto electoral de lo más normal. Se abre la sala. El público entra, se saluda, charla, la sala se va llenando poco a poco. El servicio de orden se pasea dando órdenes, la primera fila está reservada. La sala está llena. La espera, un murmullo sordo. El Sr. Ministro hace su aparición, acompañado del Sr. Presidente de la agrupación local y la Sra. Diputada. Entre su séquito, los señores con cartera. Los primeros suben a la tribuna y ocupan su sitio en la mesa, los últimos se sientan en las sillas reservadas de la primera fila. Se hace el silencio. Las miradas se dirigen hacia delante. El Sr. Presidente de la agrupación local saluda al público y a los notables presentes así como, agradecido, al Sr. Ministro. Subraya la necesidad del diálogo con los ciudadanos y la importancia de las cuestiones que se van a debatir en este acto. Cede la palabra y el púlpito de oradores al Sr. Ministro y se sienta detrás de la mesa. Un breve aplauso. El Sr. Ministro se dirige al púlpito. Un aplauso más largo. En este momento algunos intrusos pueden, oportunamente, hacer oír sus voces o sacar una pancarta y son expulsados con discreción de la sala. Ahora le toca el turno al Sr. Ministro. Tras tres cuartos de hora llega al final de sus elucubraciones. Un largo aplauso. El Sr. Ministro se sienta. El Sr. Presidente de la agrupación local le da las gracias y abre un turno de preguntas. Tras los primeros remilgos, algunos ciudadanos se dirigen al micrófono, superan —en su caso, con ayuda del servicio de orden— algunos problemas técnicos y plantean preguntas cortas. El Sr. Ministro responde de manera detallada y competente. Pasada otra media hora y tras unas cinco preguntas, toma la palabra la Sra. Diputada, lamenta que el tiempo pase tan deprisa y se despide tras dar las gracias a todos los participantes, en especial al Sr. Ministro, y a los invitados. Todos abandonan la sala de manera ordenada y satisfechos.

determinan las formas de movimiento y las posibilidades de comunicación.

A pesar de su rigurosa codificación, una gramática nunca está definitivamente establecida: expresiones coloquiales entran a formar parte del lenguaje culto, palabras de diferentes jergas se convierten en presentables, la gramática especial de los dialectos se adapta al lenguaje culto. De forma parecida cambia también la gramática cultural. Aparte del consenso acerca del buen comportamiento en la vida privada y en el espacio público, existen formas de autorrepresentación, de escenificarse, subculturales y específicas de determinadas clases sociales que no dejan de influirse mutuamente.

Gramática cultural y poder

A pesar de esta flexibilidad de la gramática en el sentido lingüístico y cultural, su sistema de reglas, sin embargo, no es en absoluto neutral, ni transformable, ni utilizable, ni fácil de aprender o accesible para todo el mundo. La gramática cultural, por el contrario, es expresión de relaciones sociales de poder y de dominio y sus reglas juegan un papel fundamental en su producción y reproducción. Como estructura interior penetra todo el espacio social y cultural, público y no público. A menudo, genera formas parecidas de comportamiento social en distintos lugares, en escuelas, asociaciones, en conferencias, en el lugar de trabajo, así como en los ámbitos no institucionalizados de la sociedad, en los bares, las familias y la vida cotidiana; pero al mismo tiempo regula sus propias desviaciones y diferenciaciones. Le da al ser humano la posibilidad de orientarse en el espacio social. Facilita indicaciones para actuar y, sobre todo, pone a su disposición determinadas interpretaciones de situaciones, lugares, textos y cosas. Pues los significados de éstos no son fijos, sino que cambian según el contexto: la cerveza en una boda es diferente de la cerveza en el estadio de fútbol; es una pilsen y se bebe en un vaso, mientras que en el estadio sólo hay cerveza normal en vasos de plástico. El trasnochado beso fraternal entre dos políticos poco tiene que ver con el intento de ligar en un bar; y un hombre en minifalda provoca asociaciones diferentes que una mujer con la misma vestimenta. Quien quiere comportarse de manera «normal» hace bien en no confundir los contextos y en interpretar convenientemente las formas culturales de expresión. Quien va borracho perdido a un acto electoral está tan fuera de lugar como el que va de bares con los amigos sin beber ni un trago. Las cosas y los comportamientos, las interacciones y los rituales constituyen signos, significan algo. El semiólogo Roland Barthes ha investigado el proceso de producción de significación a favor de la sociedad burguesa. Nos referimos a sus planteamientos teóricos porque nos ayudan a entender cómo la gramática cultural, aunque sea un proceso histórico, se ha convertido en un hecho

Carta a los políticos, jueces y demás autoridades

Apreciados Señores y Señoras:

Nosotros somos parte de eso que los medios de comunicación muy acertadamente han bautizado como «Jóvenes Ocupas». (Obviamos la K por respeto a la Real Academia de la Lengua y hacia Vds.) Nosotros somos hijos de esta ciudad a la que tanto amamos y que Vds. con esfuerzo loable van convirtiendo en cuna de hermosas tradiciones, crisol de culturas, ejemplo de civismo, solidaridad y tolerancia. Nosotros sabemos de la tenacidad que Vds. están poniendo en resolver los problemas

Carta a los políticos ...

que hoy tiene la ciudadanía. Reconocemos y agradecemos su abnegada entrega. Sin embargo, observamos apenados como este su esfuerzo resulta del todo insuficiente. Es por ello que hemos decidido (perdonen la palabra) tomar las riendas de nuestra vida. Es por ello que hemos decidido (perdonen una vez más) bajarnos del carro de la opulencia y del consumismo que deja tras de sí una estela de exclusión y miseria. Es por ello que queremos colaborar en encontrar soluciones a problemas que tanto nos afectan. Es por ello que llenamos de vida espacios abandonados. Es por ello que ocupamos.

LA VERSIÓN REVISADA Y DE NUEVO ESCENIFICADA:

Todo transcurre como siempre, la sala se llena, la entrada de los protagonistas. Unas 25 personas mantienen una espera tensa, de lo cual por suerte no se da cuenta ni Dios ni nadie más. Cuando el Sr. Presidente de la agrupación local se dirige al púlpito de oradores y la sala se queda en silencio, una mujer de entre el público se levanta y toma en su lugar la palabra: el aire de la sala estaría viciado, se debería abrir una ventana. Se elevan algunas voces: ¡Dejen de fumar! (nadie está fumando). Un miembro del servicio de orden entreabre algunas ventanas. *Aplausos aprobatorios.* Una vez que todo se ha solucionado para satisfacción de todo el mundo, el Sr. Presidente saluda a los presentes así como al espíritu de la historia: «¡El comunismo está llegando a su fin!» *Aplausos incesantes. Aún más aplausos.* Cuando vuelve por fin a tomar la palabra y se la cede al Sr. Ministro, es interceptado antes de volver a la mesa por una mujer, sentada junto a la ventana: ¡Hace corriente! (*Murmullos aprobatorios*). Un miembro del servicio de orden cierra la ventana. Tras esta interrupción, toma la palabra el Sr. Ministro: «Vuelve a estar, donde le toca estar». *Un aplauso largo.*

El Sr. Ministro da las gracias. *Un aplauso más largo.* El Sr. Ministro vuelve a dar las gracias. *Un aplauso muy largo.* El Sr. Ministro no da más las gracias. *No hay aplauso.* El Sr. Ministro comienza su intervención. *De nuevo un aplauso incesante.* El Sr. Ministro, algo molesto porque ha perdido el hilo con tanto aplauso: que, por favor, cesen los aplausos, que le gustaría poder hablar. *El aplauso va languideciendo.* El Sr. Ministro habla sobre las

aparentemente natural, y cómo el poder se hace prácticamente invisible detrás de esta naturalidad.

Según Barthes un signo se compone de dos elementos: el que sustenta la significación, es decir el significante, y la significación por éste expresada, es decir el significado. Lo importante para el funcionamiento de la gramática cultural es que se pueden distinguir a menudo dos sistemas semiológicos: en el primer sistema, los significantes tienen una significación manifiesta expresada a través del lenguaje, es decir, un significado; de la relación entre significante y significado se extrae un sentido. En este primer sistema semiológico, la reunión de una asociación –con sus estructuras predeterminadas– tiene, por ejemplo, el sentido de regular de modo racional y efectivo los asuntos de esta asociación. En el segundo sistema semiológico, la reunión se convierte en pura y mera forma (formalismo), o sea en un significante. Ya no importa si se elige al señor A o a la señora B para la junta directiva, si la asociación hace su excursión anual a la Selva Negra o al Lago de Constanza. Lo único que importa en este caso es que la reunión transcurra de manera ordenada siguiendo las reglas de la gramática cultural, es decir, que la gente asista con vestimenta apropiada, que se mantenga la jerarquía entre la junta directiva y los socios, que todas se comporten según su

Barthes, Roland: *Mythologies*, París, 1970.

Carta a los políticos ...

Nosotros sabemos también que son muchas y muy importantes sus preocupaciones, sabemos que en sus despachos se les acumula el trabajo. Es también por ello que ocupamos, para aliviarles de una parte de la pesada carga.

No queremos que en ello se vea una actitud amenazante, sino bien al contrario, un espíritu de colaboración social, en ocasiones quizás no exento de cierta torpeza involuntaria debida sobre todo a nuestra extremada juventud, pero nunca mal intencionada.

Vds. deben esforzarse en comprender que es el amor el que guía nuestros pasos.

tropas alemanas. *No hay aplausos.*

Hay algo que no acaba de concordar con los aplausos. Siempre que alguien intenta expresar su aprobación mediante unas palmas vacilantes, el aplauso crece rápidamente. Cuando la intervención del ministro se hace especialmente prolija, recibe una ruidosa aprobación, lo suficientemente larga como para resultar irritantemente lamentable, pero no tan larga como para ser entendida como una perturbación voluntaria. Aun así, algunos oyentes se quejan y piden que cesen las palmas. No se ha venido a dar palmas, sino a escuchar. Eso opina también el Sr. Ministro, cuya cara comienza a alargarse hacia abajo. Los señores con cartera de la primera fila, en cambio, sonríen. Algunas voces pidiendo ¡silencio! aumentan el barullo. Como a pesar de todo algunos jóvenes siguen aplaudiendo, el colérico Sr. Schulz explota y se dispone a la acción. Su vecino de asiento lo intenta con una táctica de apaciguamiento: ¡Estáte quieto, so idiota, si no quieres liarla aún más! El Sr. Schulz prosigue impertérrito, pero su mujer consigue tranquilizarlo. El Sr. Schmidt grita: ¡la culpa de todo la tiene la televisión! El Sr. Ministro tarda unos 60 minutos en poder concluir sus disertaciones. Los aplausos son más bien escasos, ya ha habido suficientes con anterioridad.

Por fin comienza la tanda de preguntas. Tras el micrófono se forma una larga cola. Un miembro de la Joven Unión plantea una breve pregunta acerca de las responsabilidades del Ejército Federal. El Sr. Ministro responde de manera detallada y competente. Una mujer se refiere a las manifestaciones del Sr. Ministro acerca del tema «crisis». También ella tiene una

estatus. En este segundo sistema semiológico, que Barthes llama «el sistema del mito», la reunión de la asociación no significa sino la necesidad de aceptar el poder y de regular los procesos sociales de forma jerárquica. Y esta significación se transmite en innumerables situaciones diarias y normas de comportamiento usuales. En tanto que significantes del sistema mítico expresan la normalidad de las relaciones imperantes y, por consiguiente, la legitimidad del poder y del dominio.

En este sentido, la gramática cultural forma parte de una mitología de la cotidianidad donde el poder y el dominio se presentan como hechos naturales. Esta mitología está tan integrada en la vida humana que casi nunca se cuestiona. La gramática cultural no es tema para discusiones. Es difícil pensar una alternativa a las jerarquías y relaciones de poder que ya existen en las formas de comportamientos cotidianos, puesto que la gramática no sólo somete a los seres humanos a las relaciones imperantes, sino que les ofrece también propuestas de identificación. Aceptar dichas propuestas le abre a una misma la posibilidad de ejercer el poder por lo menos durante algunos instantes.

Carta a los políticos ...

Nosotros sabemos que Vds. en circunstancias excepcionales apelan a la ciudadanía para que se movilice en apoyo de la justicia.

Nosotros también queremos apelar a Vds. a la tolerancia, al civismo.

A Vds. les rogamos encarnizadamente:

No nos desalojen, porque si lo hacen tenemos que parar todas nuestras actividades, que son muchas, y luego volver a ocupar. Esto nos causa muchos perjuicios, nos cierra puertas a una colaboración social conveniente y nos apena muchísimo.

teoría acerca de las crisis: las crisis matrimoniales acontecerían sobre todo en primavera. Tal vez el Sr. Ministro, en tanto que experto en crisis, tenga algo que decir al respecto. El Sr. Ministro intenta mostrar su lado más humorístico, lo que no acaba de salirle bien. La joven mujer, perfectamente estilizada, se muestra preocupada por el futuro del Ejército Federal. Propone que los diputados federales solteros deberían donar su esperma sobrante a bancos de esperma, para reunir reservas para generaciones de soldados venideras. Un encargado del orden aparta bruscamente a la joven mujer del micrófono, y eso a pesar de que la pobre lleva un brazo enyesado. A una señora de aspecto grave este trato le parece demasiado y toma a la chica bajo su protección.

El Sr. Schmidt salta de su asiento y grita con el rostro enrojecido: ¡esto es culpa de la televisión! Un encargado del orden le ruega, temeroso y muy educadamente, que abandone la sala. La Sra. Schmidt se pone histérica: ¡Sin violencia! ¡Al fin y al cabo vivimos en democracia! El encargado del orden se resigna y vuelve a su sitio. Una persona intenta abrir una ventana. El público intenta restablecer la tranquilidad. El tumulto va en aumento. A la mujer sensible de mediana edad se le pasa su turno de simular un desmayo, pero nadie se da cuenta. Los soldados profesionales discuten la situación desde perspectivas estratégico-militares. ¿Quién pertenece a qué bando y quién es mejor?

Al Sr. Ministro se le sube la sangre a la cabeza y se queja: «¡Como mínimo se podrían atener a la discusión!» Declara que sólo responderá a preguntas serias. Un hombre

Breve digresión sobre el poder, el dominio y la hegemonía

Antes de entrar en la cuestión de las posibilidades que existen de interferir los mecanismos de producción y reproducción de poder y dominio transmitidos por la gramática cultural, queremos decir algo acerca de los problemas que plantean los conceptos de poder y dominio. Partimos de la premisa de que conceptos como «dominar» y «ser dominada» siguen teniendo validez, sabiendo que las relaciones sociales no pueden explicarse simplemente según un esquema «arriba-abajo» y que aún resulta menos posible personalizarlas de esta forma.

En una sociedad capitalista compleja coexisten relaciones manifiestas de dominio y formas cotidianas de ejercer el «poder en lo pequeño» que se dan a todos los niveles de la sociedad. Ambas se condicionan y se estabilizan mutuamente. El poder no sólo funciona por la aplicación de la fuerza, sino también mediante ofertas de identificación: en una cultura de dominio, donde los conflictos sociales se regulan sobre todo a través de jerarquizaciones y donde, por consiguiente, parece que no haya otra manera de solucionarlos, (casi) todas las personas contribuyen a mantener esta situación al intentar mejorar su posición respecto a aquellas que se encuentran en una posición peor. No sólo las contradicciones de clase, sino también las jerarquizaciones étnicas y las relaciones de género funcionan (aunque de distintos modos) por medio de los principios de la opresión y

Carta a los políticos ...

En el caso de que por imperativos legales o cualquier otra razón se vieran obligados a dictar orden de desalojo, no lo hagan a altas horas tales como las 7 de la madrugada. Estamos durmiendo. Por favor, no desalojen en días laborables, aún queda gente que trabaja y no puede venir a apoyarnos.

Asimismo suplicamos que nos avisen con tiempo para organizar la resistencia, y en caso de suspensión de una orden se nos comunique a la mayor brevedad posible, para evitarnos esfuerzos inútiles.

joven de aspecto serio, a pesar de sus cabellos largos, plantea una larga pregunta sumamente complicada. Consiste en una sola frase, un minuto de larga, que comienza con «ampliación hacia el Este de la OTAN», menciona como mínimo 17 ex Estados soviéticos, de los cuales nunca nadie ha oído hablar, y termina con «Rusia». El Sr. Ministro cree tener que contestar de manera detallada y competente. Por eso recurre a reflexiones importantes y serias que pretenden ser muy razonadas. Nadie ha entendido nada. Un rostro paliducho con traje y corbata pregunta de manera fatigosa y escabrosa por la intervención de tropas alemanas en Somalia. El Sr. Ministro grita: «¡Basta ya de estúpidas preguntas insidiosas!», y le corta en seco. La Joven Unión acaba de perder a uno de sus afiliados.

Tras una hora, toma la palabra la Sra. Diputada y lamenta que los perturbadores y alborotadores de afuera hayan echado a perder la tarde a los amigables parroquianos. El Sr. Ministro abandona de manera ordenada la sala, acompañado de coros y cánticos: ¡Nosotros somos el pueblo, y tú, no! ¡Lavabo de gatos, lavabo de gatos, alégrale la vida a tu gato un rato! A continuación, todos se reúnen ante la localidad para una cita con el fotógrafo conocido de la localidad.

Durante los días siguientes aparecen noticias de prensa, llenas de indignación, en las que se da cuenta de los daños provocados a la localidad y también al partido por los jóvenes perturbadores. Las fotos impresas ilustran de manera gráfica la expresión del Sr. Ministro, y

del autoposicionamiento dentro del estrecho marco social. Un ejemplo sería la autoetnificación como consecuencia de las atribuciones sociales. Aunque esta autoetnificación puede contener un potencial revolucionario, puesto que son precisamente estos grupos que reclaman una identidad definida por ellos mismos los que son definidos desde fuera con estereotipos basados en prejuicios groseros; al mismo tiempo, sin embargo, puede tener un efecto social estabilizador, ya que al valerse del modelo de identificación «raza», propuesto por el poder, se perpetúan justamente aquellas atribuciones que fundamentan la opresión.

La manera en que se ejerce y se mantiene el poder en las sociedades burguesas desarrolladas, sin que por ello se tenga que recurrir a la fuerza directa, puede caracterizarse por el concepto de «hegemonía» elaborado por Antonio Gramsci. El dominio de la clase dominante no se basa exclusivamente en su acceso a los medios de producción, sino que se produce y se reproduce esencialmente al nivel de la superestructura, de la ideología. No obstante, sería inútil buscar una ideología imperante única y vinculante como la «ideología de los que dominan», pues la clase burguesa entra continuamente en pactos con otras clases y grupos. De este modo se han integrado en el orden capitalista elementos de muchas otras ideologías. El consenso así resultante une a dominantes y dominados al nivel

Carta a los políticos .

Por último, un ruego más. No nos manden tantos efectivos policiales. Estos producen situaciones tan violentas como innecesarias. Además nos asustan mucho.

Nosotros, como los peces, queremos vivir, y Vds. deben dejarnos crecer.

Nada más, reciban nuestro más respetuoso saludo, al tiempo que les damos las gracias anticipadas por su comprensión.

Jóvenes Ocupas Desconcertados, por la Tolerancia y el Civismo

(Carta escrita con motivo del desalojo de La Vakeria, L'Hospitalet, Barcelona, 1998)

los pies de foto no pueden disimular cierta alegría contenida por lo lamentable de la situación. La Sra. Diputada de la CDU se queja ante el candidato del SPD del comportamiento indigno de los Jusos, las juventudes socialdemócratas (¿quién si no iba a hacer algo así?), puesto que ésta no sería una manera democrática de hacer campaña electoral.

Y algunas compañeras de izquierda, que no estuvieron presentes, se quejan ante un par de personas de las que sospechan que están tras la historia: no habéis argumentado, no habéis sostenido una discusión con contenido. Habéis desperdiciado la oportunidad de criticar la política del Gobierno. Habéis sido simplemente destructivos y, además, completamente apolíticos. Y otras compañeras de izquierda que sí que estuvieron lo encuentran todo simplemente estupendo.

¿QUÉ HA PASADO?

Si se toma como base un modelo de comunicación sencillo (○ ¿Por qué nadie me escucha?), un acto político informativo resulta satisfactorio cuando un político o experto ha podido presentar su programa o sus pareceres y ha podido saciar las necesidades de información de los ciudadanos. Conforme a este punto de vista, el «Diálogo con la ciudadanía» ha resultado exitoso, cuando se ha logrado realizar la transmisión de información, cuando las esperanzas de información existentes se han visto correspondidas en el transcurso del acto. Pero si consideramos las dos versiones de la «obra de teatro», se puede ver que no se diferencian esencialmente desde el punto de vista de la transmisión de información. El Sr. Ministro pudo comunicar sus informaciones en ambos casos, aun cuando en la versión «revisada» los sonidos de fondo, las «interferencias», eran mucho más intensos. No obstante, las dos versiones sí que se diferencian de manera clara y notable para todos los participantes. Para entender en qué consiste esta diferencia se tiene que traer a colación una noción más amplia de comunicación, que no tiene sólo la «información» por único criterio, sino que se fija en toda la situación de comunicación.

La situación de comunicación de un acto público puede ser mejor comprendida si se recurre a la ○ gramática cultural, que es la que determina la coreografía del acto y los roles de los participantes. El sentido de un acto ritualizado no se ha de buscar, principalmente, en la palabra hablada y en los argumentos intercambiados, sino ante todo en quién y cuándo puede tomar la palabra, quién tiene derecho a hablar y ser oído. La gramática cultural no regula esto mediante una coacción ejercida de manera abierta, sino fijando un orden de figuración, un reparto de espacios y unos transcursos, o sea, escenificando y ordenando el espacio, los cuerpos y la palabra. En este sentido, un acto electoral (al igual, por ejemplo, que una misa), independientemente de aquello que se diga concretamente, constituye una contribución a la normalización de la relación de poder entre expertos/políticos/sacerdotes, por un lado, y ciudadanas/legos/fieles, por otro. Al igual que en misa, también en los actos electorales hay una liturgia fijada hasta el último diálogo. Quien la acepte, no se da cuenta de que sólo se puede expresar en una medida

de las ideas y representaciones. No está libre de contradicciones, sino que incorpora elementos heterogéneos y no simultáneos, y también permite conflictos. Pero la manera de resolver estos conflictos de «modo natural» viene determinada por presupuestos burgueses acerca de la forma de las relaciones sociales. La capacidad de integrar incluso contradicciones sociales y culturales pone de manifiesto lo que Gramsci denomina la hegemonía de la clase dominante.

La hegemonía se produce no sólo en el nivel verbal-discursivo, sino también a través de la manera en que las normas sociales (burguesas) determinan la vida cotidiana de la gente: se desarrolla a partir de la imposición y puesta en práctica de reglas y formas de interrelacionarse, de símbolos y modos de comunicación; es decir, que se desarrolla en el nivel de la gramática cultural. Las formas culturales constituyen, por tanto, unos elementos esenciales de la reproducción de las relaciones sociales imperantes, y para su mantenimiento son igual de importantes que las instituciones del aparato de poder del Estado.

¿De qué cultura hablamos?

Cuando hablamos de gramática cultural, el concepto de «cultura» va más allá del canon burgués de artes plásticas, música y literatura y de la industria cultural que se basa en ellas. También va más allá de su ampliación por las formas de subcultura. La idea de que la cultura se desarrolla en segmentos sociales delimitados, no es sino ideología (burguesa). En un sentido más amplio, la cultura abarca todas las formas de expresión humanas, las atribuciones de significación, las acciones y los productos de la vida cotidiana. Según esta definición, el concepto de cultura describe una determinada visión del modo como la gente aplica, utiliza e interpreta las normas, exigencias y posibilidades dentro del espacio social. Y no lo hacen como individuos cualesquiera y aislados. Su relación con los hechos sociales está fuertemente influenciada tanto por su imagen de sí misma como por las exigencias de la sociedad.

Si suponemos que la cultura atraviesa toda la sociedad, ya no es posible considerar la cultura y la política como ámbitos separados. Un cambio de las formas culturales comporta también implicaciones políticas. Por otro lado, eso significa que toda acción política se articula dentro de formas culturales. La política, por tanto, es más que el simple «arte de la administración del Estado». La política está presente en todos los ámbitos donde se negocia la reproducción y la estabilidad de las relaciones de dominio. Cuando no

Como una carta en correos

«Algo extraordinario está ocurriendo en este país. Tan extraordinario que los medios de comunicación, políticos y sindicatos han decidido silenciar esos acontecimientos... Hace ya dos meses y medio que Jospin ha manifestado un rechazo categórico a las reivindicaciones de los parados, que los sindicatos y asociaciones oficiales les han recomendado que se vuelvan a sus casas, que la prensa los ignora casi totalmente, que la policía los reprime, a veces sólo por banalidades como repartir octavillas... Sin embargo, casi por todas partes en este país hay individuos que se han agrupado en

Como una carta en correos ...

bandas, en colectivos, en asambleas, y han empezado a hablarse como mejor se entiendan: de manera directa y libre.

Nosotros formamos parte de los que participamos en la Asamblea de Jussieu. Hace ya dos meses que tiene lugar cada noche una especie de foro permanente que inviten él mismo las condiciones de su continuación... Allí se habla y, sobre todo, se escucha. Es así como en ese lugar se mezclan parados, precarios y compañeros. Se escriben textos, octavillas, aunque sobre todo, privilegiando la relación directa, se llevan a cabo "autoinvitaciones"

extremadamente limitada. La gramática cultural, la liturgia, resulta especialmente efectiva justo porque permanece invisible en tanto instrumento del poder. Todo intento de plantear una discusión de contenidos significa amoldarse al escenario predispuesto y desempeñar el papel reservado en uno de los rituales del Estado democrático de derecho. Resulta, por supuesto, absolutamente ingenuo pensar que el político se va a dejar influenciar por posibles contraargumentos. En este marco como mucho le sirven para asentar de manera más clara su posición y demostrar, al mismo tiempo, una disposición al diálogo tolerante-democrática-plural. Incluso la crítica de contenido más dura que pueda ser expuesta en el marco de un «diálogo con los ciudadanos» contra las posiciones del poder refuerza, a su vez, la jerarquía inscrita en la gramática cultural.

Todo intento de romper con esta situación tendrá que comenzar por las formas con las que se produce y articula aquí el poder. En el marco del acto electoral, los asistentes sólo pudieron tomar la palabra para fines y momentos fijados exactamente con antelación. Pueden plantear preguntas, e incluso se pueden preocupar de su bienestar (nadie debe pasar frío o sufrir por el humo), puesto que como ciudadanos mayores de edad son también responsables de que la tarde transcurra bien para todos. Por eso tienen derecho a reclamar o a contribuir a que los perturbadores sean localizados o expulsados. Pero todos estos ámbitos están sólo previstos en tanto que escenarios secundarios; el centro de atención lo debe acaparar el político/el experto. Esta estructura del acto se manifiesta ya en el orden en que se toma asiento, que se fija tomando como referencia al orador destacado. Si, por lo que sea, se llegara a una situación de comunicación entre los «oyentes», ésta chocaría con la estructura de comunicación prevista y tendría automáticamente un efecto perturbador.

El acto empieza a venirse abajo cuando los escenarios secundarios acaban por acaparar la atención, cuando los asistentes, incitados por algunos iniciadores bien vestidos (○ happening y teatro invisible), estén más preocupados por conformar las condiciones del entorno o por expresar su crítica al comportamiento de otros participantes que por escuchar a la estrella invitada. Todos los intentos del público verdaderamente interesado en restablecer activamente el orden se convierten a su vez en perturbaciones adicionales. Cualquier manifestación antagonista reconocible como tal no podría servir para reescribir la «obra» (a no ser bajo condiciones muy favorables), puesto que el papel de los que protestan está en la pieza original tan previsto como las correspondientes medidas contrarias. Por el contrario, en la obra original no está previsto el papel del ciudadano comprometido que, involuntariamente, se convierte en perturbador o le hace el juego al adversario político. El caos se hace tanto más grande, cuanto menos puede el poder, personificado por las fuerzas del orden o la estrella invitada, distinguir los perturbadores «auténticos» de los «falsos». También los asistentes realmente interesados se encuentran en una situación en la que se tienen que comportar de alguna manera, aun cuando las alternativas posibles parecen todas poco oportunas: pueden involucrarse, por ejemplo, como personas «civilizadas» en la discusión aparente sobre ventanas abiertas o cerradas, etc., y contribuir así a embrollar más el acto; o pueden adoptar en la misma situación una actitud autoritaria y exigir

se deja hablar al señor ministro, cuando una trabajadora le pregunta de forma terminante a su jefe por qué ha llegado tarde, cuando unas cartas supuestamente oficiales piden a las ciudadanas que tiren los formularios del censo de población a la basura, cuando los okupas elogian la abnegada labor de jueces y políticos, se desplaza la gramática cultural. Y tales desplazamientos no sólo son subversivos a nivel cultural, sino también a nivel político.

¿De qué subversión hablamos?

Quien practica las reglas de la gramática cultural en la comunicación no sólo de forma inconsciente, sino que las utiliza de manera creativa, puede usarlas para sus propios fines. Puede instrumentalizarlas o tergiversarlas llenándolas con contenidos discordantes, poniéndose las vestimentas ritualizadas, usurpando roles ajenos e, incluso, adoptando el tono de voz del poder en ciertas circunstancias (○ *El Sr. Ministro*; ○ *Carta a los políticos*). La pregunta, sin embargo, es si alguien puede entender la crítica política que tales acciones pretenden expresar sin que vayan acompañadas por un discurso clarificador o por unas explicaciones precisas. ¿Quién querrá reconocer en un espectáculo divertido de la guerrilla de la comunicación, que tiene las risas de su parte, una crítica de la situación social imperante?

Esta pregunta, en el fondo, es la pregunta por la transmisión de contenidos críticos, una pregunta que también se hace cuando se trata de formas de agitación clásica o de esclarecimiento mediante textos y conferencias. Ni en una acción de la guerrilla de la comunicación ni en una campaña de denuncia socio-política hay la seguridad de que el público quiera dejarse convencer o informar. Cada acción requiere un punto de conexión con las personas a las que se dirige, ya sean unas ideas políticas comunes (lo que muchas veces no se da), ya sea un saber cotidiano en el sentido de Gramsci, que se alimenta de las experiencias diarias de cada uno y que dota de un buen olfato respecto a las formas de poder y opresión. A veces, este saber cotidiano se expresa menos a través de discusiones, análisis, teorizaciones y enseñanzas que mediante una risa espontánea.

Pero eso no quiere decir que la guerrilla de la comunicación pueda prescindir de una crítica social teórica. Para poder criticar o atacar las dimensiones políticas de la gramática cultural de los dominantes, primero hace falta descifrarlas. Asimismo, las acciones de la guerrilla de la comunicación sólo funcionan si vienen precedidas por la comprensión de las estructuras del poder. Una manifestación contra la «xenofobia», convocada por el gobierno, puede descifrarse como una demostración del consenso entre el «pueblo» y el «poder». Sólo a partir de una visión crítica y sólo con las herramientas conceptuales de la gramática cultural nos es posible encontrar esta significación oculta.

Como una carta en correos ...

en cantinas de empresa para ir a hablar con los asalariados, se ocupan lugares de todo tipo (ANPE, CAF, oficinas de EDF, compañía del agua, periódicos, restaurantes, etc.) para decir a todo el mundo aquello que dice la asamblea... Apelamos a la complicidad de aquellos con los que nos encontramos para fotocopiar nuestros textos, invitarnos en su cantina o facilitarnos nuestro transporte. Es así como hoy venimos a vuestro centro de selección para encontrarnos con vosotros, hablar sobre aquello que podemos tener en común y pediros que nos deis la posibilidad de comunicarnos con nuestros amigos de otras provincias.»

La Asamblea de Jussieu (París) surgió en el seno de las movilizaciones de paradas y precarias que recorrieron Francia, de punta a punta, las Navidades de 1997 y el primer semestre del 98. Las de Jussieu hicieron de sus «paseos» políticos, siguiendo la tradición situacionista, el eje de sus movilizaciones. El 23 de enero visitarían un centro de selección de Correos, esperando que la solidaridad de las trabajadoras les permitiera franquear gratuitamente sus cartas, que llevaban el sello de la propia asamblea con la

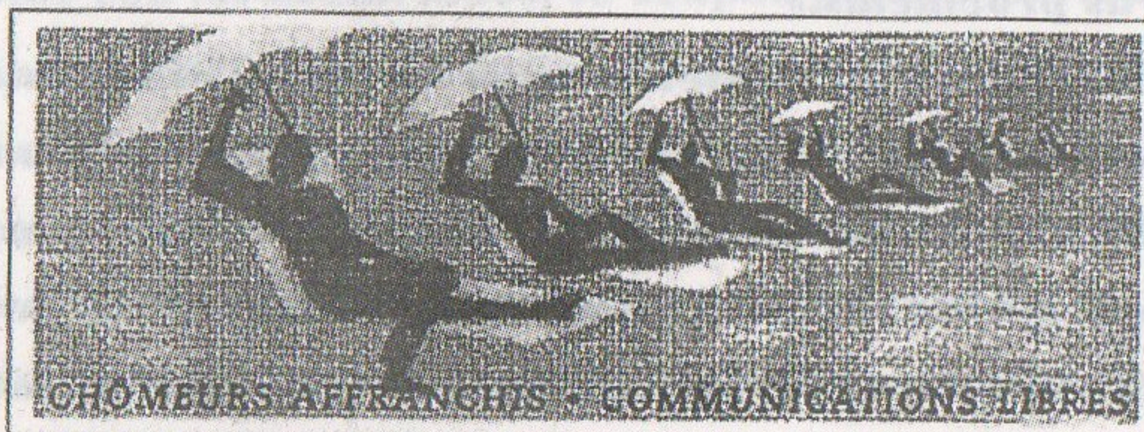
la expulsión de los perturbadores. El modelo legítimo de protección autoritario-furiosa de la sala prevé que es legítimo proteger lo de adentro respecto a lo de afuera, el Nosotros respecto a los alborotadores. Esto se hace difícil, no obstante, cuando no se puede separar claramente el «adentro» de los realmente interesados en el buen transcurso del acto y el «afuera» de los perturbadores subversivos.

El juego de desviar la atención desde el podio a la sala persigue dos objetivos: impide de manera efectiva el transcurso ordenado del acto y hace presente una disensión en cuanto al contenido; pero no al nivel de los temas predispuestos por los organizadores, sino al nivel de la gramática cultural. Al perturbar el orden de los oradores, hacerse con la palabra y desfigurar hasta el absurdo la palabra legítimamente dada o perturbarla mediante ruidos, hacen visible este orden (hay algo que «no cuadra») y formulan de paso una crítica sólida al mismo. En vez de organizar un acto propio en el que criticar la gramática cultural como medio de (re)producción de las estructuras del poder, las guerrilleras de la comunicación utilizan un contexto existente como escenario para presentar sus inquietudes de manera ilustrativa y concreta (⊙ tergiversación/reinterpretación). De la misma manera que la gramática cultural funciona por su invisibilidad, también los éxitos de una táctica semejante —suponiendo que exista algo así— pasan desapercibidos. Aun cuando es evidente que algo no ha cuadrado/no ha funcionado normal, este hecho no es discutido a fondo y con la amplitud que merecería. El desplazamiento se nota sobre todo en la situación y para los participantes. No repercute sobre un nivel teórico, sino sobre un nivel más bien sensitivo y no articulado.

Nosotras apostamos por acciones que deconstruyan los momentos estéticos del poder y que alteren las reglas de la gramática cultural, y que, a veces, rompan también la regla según la cual las intervenciones políticas sólo son subversivas cuando su discurso es explícito. Naturalmente existe el peligro de que tales acciones degeneren en un puro espectáculo. Partimos, sin embargo, de la premisa de que unos buenos conocimientos de la gramática cultural nos protegen de caer en la trampa de la arbitrariedad. Normalmente, las intervenciones de la guerrilla de la comunicación tienen lugar en relación con temas destacados y con acontecimientos sociales. El espacio público donde se experimentan ya está relacionado con determinadas asociaciones, ideas y expectativas. Esta estructura de normalidades puede ser alterada, provocar decepción o verse superada en exceso por una acción inesperada. Cada acontecimiento/evento público constituye al mismo tiempo un ritual de formas y convenciones que, a su vez, nos explican algo sobre la configuración y el autoentendimiento de la sociedad donde se producen. Una intervención que tome esto como referente, puede transmitir contenidos que se perciban y se entiendan como tales sin que haya un discurso explícito.

Para nosotras la práctica política no significa la imposición de una ideología mejor. Si nos preguntamos por qué mucha gente acepta estructuras de poder en nuestra

Como una carta en correos .



referencia: «Parados emanciapados – comunicaciones libres». Las cartas llegaron en su mayoría a sus destinos. (*L@s parad@s felices. La asamblea de Jussieu y el movimiento contra el paro y la precareidad en Francia*, Barcelona, 1998, pp. 94-7)

Esto es de aplicación tanto para las guerrilleras de la comunicación como para los espectadores del acto. Este tipo de intervención no trabaja con los medios de la argumentación. Es justo por eso que puede tener un efecto muy persistente: posibilita a los participantes tener una visión momentáneamente modificada del acontecimiento «acto electoral», a la que podrán recurrir en otras ocasiones, independientemente de que el correspondiente punto de vista haya sido formulado teóricamente o no. ⊙

sociedad, tenemos que hacernos esta pregunta también a nivel de la gramática cultural. Si convertimos nuestras reflexiones en el punto de partida para acciones político-culturales, eso significa que queremos intentar romper y transgredir en situaciones concretas la gramática cultural de los que dominan. En este sentido, la lucha social y política debería ser una lucha «por otra realidad en la que se pueda experimentar y sentir algo por lo cual aún mañana valga la pena seguir luchando».

Autonome L.U.P.U.S.-Gruppe: «Der Faschismusvorwurf – oder die linke Illusion vom bürgerlichen Staat». En: *Lichterketten und andere Irrlichter. Texte gegen finstere Zeiten*, Berlin/Amsterdam, 1994, pp. 102-113.

La fábrica de ideas... la «publicidad guerrillera» .

LA FABRICA DE IDEAS

Cuando Pancho Villa o Zapata daban un puñetazo en la mesa, temblaban todos menos la mesa.

Robustos, recios, duros, pero muy bellos. Así son los muebles mejicanos que hemos traído especialmente para usted. Ándele, dese una vuelta por Muebles la Fábrica y admire estos magníficos muebles. Se llevará un trozo de Méjico a su hogar.

MUEBLES LA FABRICA

mueblesiafabrica.com

BARCELONA. Rocafort, 142. Tel 93 226 06 12

PARKING GRATIS PARA NUESTROS CLIENTES
NO CERRAMOS A MEDIODIA

Estrategia y táctica

Puesto que la gramática cultural en cuanto sistema de orden atraviesa todos los ámbitos sociales y toda la vida cotidiana, hay que preguntarse qué posibilidades de actuar existen dentro de un sistema tal de normalizaciones y qué se puede hacer para no verse completamente determinado por las normas fijadas. Las siguientes reflexiones parten de la idea de que, para animar a acciones encaminadas a cambiar la sociedad, no es suficiente con llamar a las estructuras de poder social por su nombre y denunciarlas. Con la mera disposición a cambiar algo no basta. De lo que se trata es de comprender cómo traducir ésta en actuaciones prácticas.

Las reflexiones acerca de la guerrilla de la comunicación se basan en un concepto político que no parte de la idea de una vanguardia política que enseña y lidera a las masas, sino de que los cambios sociales son obra de las acciones de todos los individuos. Los puntos de partida de tal acción política hay que buscarlos en la práctica cotidiana de la gente: «¿Qué prácticas populares (cotidianas, aunque tengan muy poca trascendencia) juegan con los mecanismos de la disciplina impuesta y sólo se adaptan a dichos mecanismos para volverlos contra ellos mismos? ¿Y qué "prácticas" por parte de los consumidores (¿o "dominados"?) pueden servir de contrapeso a los procedimientos silenciosos que organizan la formación del orden político-social?»

De Certeau, Michel: *Arts de faire*, París, 1990.

Aparte de reflexionar acerca de las normas e instituciones sociales (e «instituciones» serían los partidos, las asociaciones, empresas y organizaciones estatales, pero también los conceptos de familia, etc.), deberíamos preguntarnos, por tanto, cómo los sujetos en cuanto individuos manejan estas normas sociales. En su análisis de las relaciones sociales de poder, el filósofo francés Michel de Certeau ha pensado esta relación entre sociedad e individuo con los conceptos de «estrategia» y «táctica». De Certeau se vale de un «análisis de la cultura tomado de las ciencias de la guerra», ya que considera la cultura como un campo de tensiones, a menudo violentas, donde se legitima, se desplaza o se controla el derecho del más fuerte. Además de las estrategias del poder, analiza sobre todo los espacios sociales aún disponibles para aquellas prácticas y ardides de los individuos que forman una «red de la antidisciplina» que se sustrae a dichas estrategias.

Estrategia del poder significa poder dirigir las relaciones de fuerza y determinar y ocupar los espacios sociales. Eso presupone un lugar social, una institución provista de poder. Este «lugar propio» forma la base desde la cual la acción estratégica organiza y garantiza sus relaciones sociales.

Bajo táctica, sin embargo, hemos de entender un cálculo que no parte de una base fija, de ningún lugar propio, sino que sólo dispone del terreno del otro para actuar. Mientras que lo «propio» —el fundamento de la acción estratégica— marca una victoria del espacio sobre el tiempo, la táctica no tiene espacio y sigue dependiendo del tiempo. La táctica tiene que arreglárselas con el terreno que una fuerza ajena le cede y buscar «oportunidades propicias» en las estructuras preestablecidas. La táctica no necesita jugar con las fuerzas del poder. De Certeau habla de «jugadas logradas, ardides elegantes, artimañas de caza, simulaciones múltiples, hallazgos, ocurrencias felices tanto de índole poética como guerrera». Esta ○ *tergiversación/reinterpretación* de los presupuestos estratégicos mediante tácticas cotidianas es un principio fundamental de la guerrilla de la comunicación.

Se podría objetar que justamente estas reutilizaciones tácticas son las pequeñas apropiaciones individuales y temporales que transforman el sistema, pero que, de este modo, también reproducen su estabilidad. Aunque durante un breve instante se consiga ganar un espacio y anular las estrategias del poder, eso contribuye también a hacer más soportables las relaciones de poder —que siguen en vigor— y hacer la vida cotidiana más vivible.

Las tácticas cotidianas son, por tanto, subversivas, ya que transforman, reinterpretan y reutilizan los fundamentos del poder, pero no conllevan automáticamente una actuación encaminada a provocar cambios sociales. En este último sentido, las tácticas sólo serán efectivas, cuando no se integren en las redes de estrategias como acciones aisladas, individuales y en gran parte inconscientes, sino que vayan asociadas a una estrategia consciente y colectiva. Y precisamente aquí se encuentra el potencial que quizás podría servir de punto de partida para una «estrategia de las tácticas» subversiva: se trata de valerse de las tácticas que los individuos utilizan para sobrevivir cotidianamente, hacerlas conscientes y articularlas de manera políticamente efectiva.

Los mundiales de 1974: saludos solidarios desde el campo de fútbol

En junio de 1974 los mundiales de fútbol se celebraron en la RFA. Participó también el equipo nacional de Chile. En 1973 hubo un golpe militar en Chile contra el Gobierno, democráticamente elegido, de Salvador Allende. La Junta militar estaba muy interesada en mejorar su imagen. A través del deporte querían establecer unas «relaciones normalizadas» con otros países. Los grupos de solidaridad con Chile de la RFA querían impedir este lavado de imagen de la Junta militar y decidieron politizar el campo de fútbol. En el partido de apertura RFA-Chile, en el Estadio Olímpico de Berlín, se encontraron unas 500 personas del

movimiento de solidaridad. Nada más empezar a sonar el himno nacional de Chile, se oyeron los coros de «¡Chile Sí - Junta No!» Al mismo tiempo se desplegaron enormes pancartas. Cuando el locutor del estadio llamó la atención sobre la actitud «poco deportiva» de aquellos espectadores, se había conseguido el objetivo: el «fútbol apolítico» había servido para montar un escándalo político. En una segunda acción, las activistas se dirigieron en directo a sus camaradas en Chile. Poco después de empezar la segunda mitad, 10 personas se bajaron con sus pancartas al campo. Los medios hablaron de un «escándalo en el estadio

Lugares y espacios

Lugares para la guerrilla de la comunicación pueden encontrarse, en principio, en todos los espacios sociales. Nuestro punto de partida, sin embargo, es que los espacios físicos siempre son al mismo tiempo espacios sociales. Cada configuración espacial expresa situaciones sociales y, del mismo modo, las atribuciones de significación también vienen siempre estructuradas por hechos sociales.

La guerrilla de la comunicación dispone de puntos de intervención para acciones por el hecho de que los edificios y las instituciones no sólo tienen una significación concreta, según la utilidad que se les adjudica, sino también una función simbólica en el marco de la gramática cultural. Eso puede elucidarse tomando como modelo el espacio público urbano, por ejemplo, o el aspecto de las calles en las ciudades: la imagen de la ciudad está dominada por edificios representativos como los ayuntamientos, por ejemplo, que representan el poder político, o los museos y las galerías que tienen la finalidad de figurar como símbolo petrificado de valores culturales y sociales. Pero más que por estos edificios públicos, el aspecto urbano está dominado por los edificios y los paneles de propaganda de las grandes empresas, por las tiendas, los bancos y las compañías de seguros. Al colocar la Daimler Benz su estrella de Mercedes en la torre de la estación central de Stuttgart o en el Europacenter de Berlín, el símbolo de la empresa se convierte en símbolo oficial de la ciudad.

La configuración arquitectónica de edificios representativos se basa en el principio de la estetización del poder político. Con su funcionalidad fría, la arquitectura moderna de hormigón, acero y vidrio difunde una estética elitista de la intimidación. La postmodernidad le añade aún otro elemento: para ella los grandes edificios siguen siendo representaciones del poder al dominar el aspecto de las calles con edificios altos y de grandes superficies, pero todo eso se «embellece» ahora con revestimientos de piedra natural con colores suaves, con fachadas pintadas de forma desigual al estilo mediterráneo, con balconcitos, tragaluces redondos, puntales metálicos de color y muchos otros accesorios. Mientras que la arquitectura moderna sigue la lógica de ocupar el espacio y dominarlo, la postmoderna quiere llegar a una aparente armonización que pretende disimular el dominio del poder mediante elementos caprichosos y decoraciones de tiempos pasados.

El hecho de que los edificios representativos constituyen una ocupación simbólica del espacio público, y que también se perciben como tales, se demuestra, por ejemplo, por la reiteración insistente con la cual algunas manis dejan sus huellas en los escaparates de los grandes bancos: estos edificios, con su carga simbólica de ser los representantes del poder económico y político, son el blanco predilecto de los adoquines. «El frente de casas-escaparates-casas traza una frontera socialmente consagrada, pues lo que hay al otro lado de esta frontera cuesta dinero: desde los espacios interiores como los grandes almacenes, las

Los mundiales de 1974 .

olímpico». Miles de maderos no pudieron evitar que las gentes en Chile recibieran en directo saludos de solidaridad desde la RFA. ¡Venceremos! (de: Balsen/Rössel: *Hoch die Internationale Solidarität. Zur Geschichte der 3. Weltbewegung in der BRD*, Colonia, 1986)

Die Situationistische Internationale
La Internacional Situacionista

Desde el suicidio de Guy Debord, en 1995, se han producido montones de textos relacionados de forma directa o absurda con la Internacional Situacionista (IS). Aquí no se trata de añadir un escrito más al actual boom situacionista (o de dar, por ejemplo, la única, correcta y verdadera interpretación del libro «La sociedad del espectáculo» de Debord). Por eso nos limitaremos a escribir algunas anotaciones referentes a cuestiones relacionadas con la IS que tienen importancia para nosotras.

La IS se creó en 1957 como fusión de varios grupos de la vanguardia artística, entre ellos la Internacional Letrista, el Movimiento Internacional por una Bauhaus Imaginaria y el Comité Psicogeográfico de Londres. Lo que en la historia de la IS a primera vista nos parece más llamativo, incluso para un grupo de izquierdas, es toda la serie de expulsiones, escisiones y limpiezas. En este contexto fue sobre todo la sección francesa alrededor de Guy Debord la que impuso con toda rigidez su exigencia de «coherencia teórica». Excluyeron, por ejemplo, en enero de 1962 a todos los miembros del grupo ○ *SPUR*, la sección alemana de la IS, por su tendencia al barullo barato. La práctica elitista —y en el fondo muy de vanguardia— condujo finalmente al extremo de que en el momento de su disolución, en 1972, sólo quedaban dos miembros activos (Debord y Sanguinetti) de un total de aproximadamente 70.

Cfr. La bibliografía antiespectacular: http://machno.hbi-stuttgart.de/hk/sl/

Debord, Guy: *La Sociedad del Espectáculo*. Valencia, 1999.

Bredlow, Lutz: «Die Dimension der Abwesenheit in der Inszenierung des öffentlichen Raumes». En: *anschläge*, nº 6, Berlin, 1983, pp. 41-46.

tiendas etc., que únicamente sirven de decoración para las mercancías, hasta los edificios que son, en tanto que espacio, mercancías destinadas al consumo (entrar/visitar/contemplar) como, por ejemplo, los museos». La guerrilla de la comunicación pretende romper la estetización de los lugares públicos y repolitizar los espacios sociales y culturales, haciendo visible y atacando esta estetización al nivel de la forma exterior (○ *Ayuntamiento okupa*). La estrategia del poder cuida de estetizar lo político con el fin de naturalizar y de esconder las relaciones de poder. La guerrilla de la comunicación, en cambio, quiere contribuir a hacer visibles y convertir en objeto de reflexión estas estrategias de conservación del poder.

Ésta es la perspectiva, por ejemplo, desde la que se deberían considerar los graffitis (○ *sniping*). Lo político de estos actos perseguidos como daños en el mobiliario urbano estaría en la destrucción del efecto intimidatorio o reconciliador (mediante estetización) de la arquitectura (moderna o postmoderna). Jean Baudrillard incluso se atreve a interpretar los graffiti como un progreso tanto a nivel de la teoría como a nivel de la práctica, justamente porque «sólo» se trata de «*tags*» que no transportan contenidos explícitamente políticos: «Puesto que este ataque parte de una forma de intuición revolucionaria, es decir, que la ideología fundamental ya no funciona al nivel de los significados políticos, sino al nivel de los

El Ayuntamiento okupa (Barcelona, 26-2-97)



Algunos grupos actuales, como por ejemplo ○ *Luther Blissett*, que se remontan críticamente a la IS, han aprendido de este proceso y prefieren actuar bajo un ○ nombre múltiple. Renuncian, por tanto, de entrada a todo intento de querer garantizar una coherencia a nivel organizativo formal.

Pero no tenemos la intención de descalificar a la IS como un mal ejemplo. Tampoco queremos extendernos sobre la función de modelo que la IS supuestamente tenía para los punks, ni queremos hablar de la importancia, muchas veces exagerada, para el Mayo del 68, a pesar de que sus mejores pintadas llevan sin duda el sello de los situacionistas (por ejemplo: «Me divertí con los adoquines...» o «La humanidad no será feliz hasta que no se haya colgado al último burócrata de las tripas del último capitalista», etc.).

Lo importante es que los situacionistas, a diferencia de otros grupos vanguardistas, hayan reconocido claramente la problemática que conllevan unas posiciones artístico-políticas de vanguardia y las hayan criticado duramente. En la actualidad se presenta al «situacionismo» sobre todo como un movimiento artístico. A eso se debería objetar que la IS no sólo rechazaba el concepto del arte burgués (eso lo hacían y lo siguen haciendo también otros grupos que actúan en el ámbito de la cultura), sino que se negaba explícitamente a que se utilizaran las formas «de arte» desarrolladas por ellos fuera del proyecto (político-)revolucionario.

Marcus, Greil: *Rastros de carmín*, Barcelona, 1999. Cfr., para contrastar, Home, Stewart: *The Assault on Culture*, Edimburgo, 1991 (1988).

significantes, y que el sistema puede ser vulnerado y desenmascarado precisamente en este punto». Marcar un muro o una pared con un nombre, un tag o un cuadro constituye una apropiación de esta superficie, mediante la cual se ignora o se cuestiona la exigencia del poder de controlar y determinar el espacio también ópticamente, y al mismo tiempo se formulan las propias exigencias de poder. Hay que preguntarse, sin embargo, si el planteamiento tan extremo de Baudrillard acerca de la gramática cultural es cierto, o sea que «el ataque total a la forma se ve acompañado de la retirada de los contenidos». No nos parece lo mismo si un tag sólo dice «He estado aquí» o si reivindica el deseo de una pandilla de dominar un territorio. No obstante es cierto que los graffitis «no políticos» representan de hecho también un ataque al sistema. (Eso lo demuestra, por ejemplo, el caso de ○ *el graffitero de Zúrich*, Harald Nägeli.) Solamente por esta razón puede entenderse por qué los graffiteros en ciertas ocasiones han de temer una dura persecución.

Baudrillard, Jean: *Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen*, Berlín, 1978, p. 30.

El Graffitero de Zúrich

Y no sólo son los edificios los que funcionan como portadores de significación. Estructuran el espacio de tal manera que su colocación incluso llega a determinar el tamaño, la forma y el valor de las superficies no edificadas. Del mismo modo, también el valor de calles y plazas viene determinado por la presentación de las superficies, es decir, si están cubiertas

Ataque psíquico a una oficina del INEM

Roma, 3-4 de junio de 1995. Durante la noche de sábado al domingo, después del segundo programa de Radio Blisset sobre trabajo, rechazo al trabajo y dinero gratis, unas doscientas personas se concentraron ante las puertas de la oficina del INEM, gritando consignas como: «¡Basta de empleos, queremos dinero ya!», «¡No a los nuevos puestos de trabajo: el trabajo provoca cáncer!» o «¡Queremos dinero y no trabajo!» Se cortó el tráfico. Convencidos de la legitimidad de la protesta, muchos conductores bajaron de su coche y participaron en el ataque psíquico. Mientras tanto, algunos grupillos enloquecidos

Los situacionistas tampoco tenían la intención de actuar como una vanguardia política en el sentido tradicional. Rechazaron cualquier reivindicación de liderazgo teórico o práctico y formularon una crítica corrosiva de las posiciones marxistas-leninistas. A partir de su crítica de la idea de vanguardia política salieron expresiones como: «La teoría situacionista está en la mente de todos», o «Cualquiera puede ser situacionista, aunque nunca haya oído hablar de la IS». No obstante, con su concepto sectario y elitista acerca de la coherencia teórica, la IS no consiguió desarrollar en la práctica una teoría y praxis más allá del concepto de vanguardia. Asimismo nos parece extraña la idea de los situacionistas de que tal coherencia fuera una posibilidad para protegerse contra la recuperación, o sea la reapropiación, por parte del orden imperante. En todo caso, no han podido evitar la manera miserable con la que actualmente se vende y se recupera la IS y todo el «situacionismo» como un movimiento artístico. Al final, los situacionistas publicaron unos textos quejicosos y ergotistas como La verdadera escisión de la Internacional que provocaron la crítica de Luther Blisset en los siguientes términos: la teoría situacionista se entiende, en última instancia, como «el Espíritu Santo que desciende a la materia inconsciente (el proletariado, las masas, o lo que sea)». El rechazo total por parte de la IS de los conceptos tradicionales de hacer política no se limitaba a una crítica de la estructura jerárquica y burocrática de los grupos y partidos de la vieja izquierda. La IS intentaba, a la vez, desarrollar nuevas formas de subversión y de propaganda. Los situacionistas

Blissett, Luther: *Guy Debord ha muerto*, Madrid, 1997.

con materiales caros y suntuosos o si simplemente las han tapado con hormigón; si se han plantado césped, arbustos y árboles o si han quedado como descampados. La significación de un espacio público, determinada por todos los factores antes mencionados, tiene sus efectos concretos en las posibilidades de la gente de moverse dentro de dicho espacio. ¿Dónde, por ejemplo, pueden estar los yonquis o los sin techo? ¿Por qué calles patrullan los sheriffs negros? ¿Dónde puedo sentarme en el suelo durante media hora simplemente para descansar?

Situacionistas

La ○ *Internacional Situacionista* entendía como una posible acción política el hecho de sustraerse a las reglas preestablecidas de movimiento. A través de la práctica del «deambular» intentaron reapropiarse nuevamente del espacio urbano y dotarlo de nuevas asociaciones y significaciones. Michel de Certeau considera el caminar como una escritura invisible que –según el camino y la manera de caminar– produce textos instantáneos de los sujetos en el espacio. Las medidas urbanísticas, o sea, la colocación y la configuración de edificios, plazas y calles pueden aplicarse con el fin de controlar las posibilidades de movimiento de la gente. Mike Davis investiga este fenómeno en el ejemplo de Los Ángeles. Después de un proceso de «militarización de la ciudad», para los habitantes menos privilegiados prácticamente ya no existe la posibilidad de entrar en el centro de la ciudad. Al mismo tiempo, el diseño arquitectónico refleja el

Davis, Mike: *City of Quartz*, Nueva York, 1990.

Ataque psíquico a una oficina del INEM .

decoraron el edificio con símbolos y consignas psicógenas como: «¡Tu caos es un recurso: exige dinero gratis!» o «¡Autodeterminación — No al trabajo asalariado!» Inmediatmente después, todos los participantes empezaron su ataque que consistió en susurrar durante aproximadamente 4 minutos la sílaba «ohm. El edificio empezó a temblar, pero no se derrumbó. La segunda cadena de la televisión alemana retransmitió en directo este impresionante acontecimiento. Hacia las cuatro de la madrugada, la concentración se disolvió en dirección hacia una verdadera falsa fiesta que se había anunciado a través de las ondas.

fueron de los primeros que reivindicaron «la introducción de la guerrilla en los medios de comunicación de masas». Dijeron: «Durante algún tiempo aún podemos aprovecharnos del hecho de que los estudios de radio y de televisión no estén vigilados por tropas del ejército. A un nivel más humilde, por ejemplo en los barrios, todo radioaficionado tiene posibilidades de interferir o de emitir programas a un costo mínimo [...] Mediante algunas ediciones falsificadas de revistas se puede desorientar al enemigo».

No obstante, los situacionistas tenían plena conciencia del carácter táctico y de las posibilidades así como de los límites de esta práctica: «El carácter ilegal de tales acciones prohíbe a todo grupo que no se haya decidido por la clandestinidad elaborar un programa completo en relación con este campo. Ya que eso requeriría la formación de una organización específica en el seno de dicho grupo —lo que sería impensable y poco efectivo sin blindaje y, por consiguiente, sin una jerarquía—, si no se quiere acabar por el camino del terrorismo». En su lugar reivindicaban una práctica en la que «los individuos que se han reunido para este propósito improvisen y mejoren las formas probadas ya por otros en otros lugares. Este tipo de acción no convenida, no conducirá a la revolución final, pero puede conseguir de modo útil despertar la conciencia que finalmente se manifestará. Tampoco hay que dejarse deslumbrar, desde luego, por la palabra ilegalidad. La mayoría de las acciones en este terreno no tienen por qué transgredir las leyes vigentes». Los situacionistas

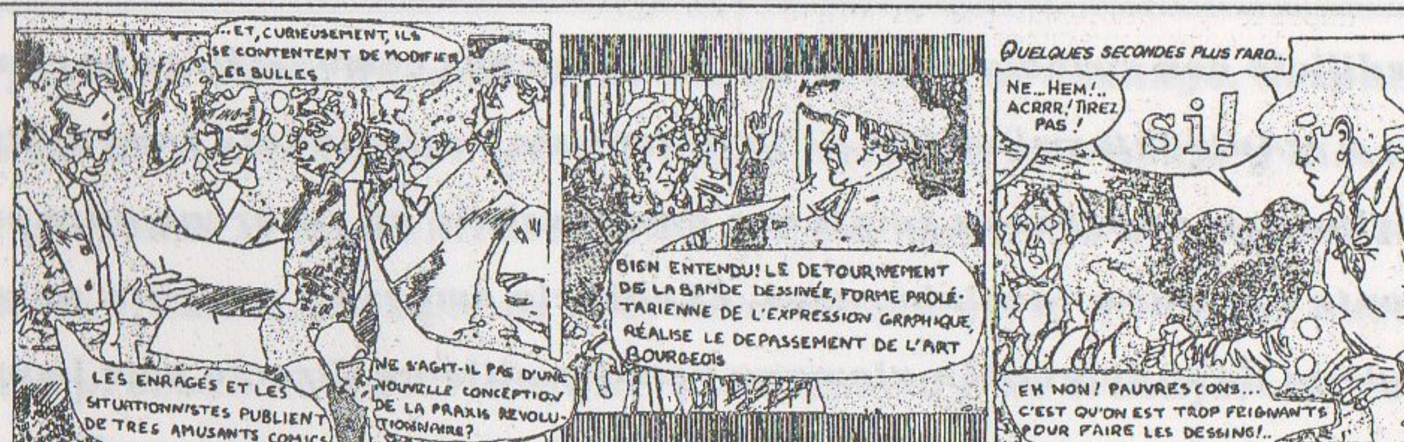
Internacional Situacionista 1958-1969. Textos completos de la revista «Internationale Situationiste», Madrid, 1999.

programa político: mientras que los edificios de la administración pública más bien tienen el aspecto de cárceles o fortalezas con la correspondiente vigilancia, la arquitectura de la cárcel reviste elementos de edificios suntuosos y representativos, glorificando así –y para gran orgullo de la ciudad– la práctica del encierro que en Los Ángeles ha alcanzado unas dimensiones únicas entre los Estados industriales del capitalismo tardío.

En cada ciudad existen también lugares que transmiten mensajes explícitamente formulados. El ejemplo más manifiesto son los monumentos. Representan las relaciones de poder no sólo por su dominio material y óptico del espacio, sino que incluso dicen algo muy concreto por medio de sus inscripciones y su configuración, formulan avisos o se entienden como representaciones de una institución o de un ideal socialmente promovido. Un ejemplo sería la glorificación de la guerra a través de los monumentos a los muertos de la guerra (ʘ*sniping*). Tales lugares se ven determinados por rituales en un sentido muy amplio. Están decorados con inscripciones, y a menudo se deposita cada año una corona o se celebran otros rituales parecidos con el fin de reafirmar la importancia del lugar.

El conocimiento de los aspectos simbólicos y reales de poder de las estructuras espaciales es importante para la guerrilla de la comunicación, puesto que el efecto de sus acciones depende en muchos casos de los lugares donde se realizan. Al fin y al cabo, con las

© IS



difundieron y experimentaron enseguida también la práctica de la ʘtergiversación (détournement) en muchos contextos. Un medio de propaganda muy apreciado fueron los cómics, a los que se pusieron nuevos textos, e incluso los textos teóricos de los situacionistas juegan de forma compleja con citas y con plagios más o menos modificados. Aparte del desarrollo de nuevas formas políticas, los situacionistas pedían la «abolición de la política» mediante una práctica revolucionaria en la vida cotidiana. Con los métodos de la «psicogeografía» (ʘLondon Psychogeographical Association), por ejemplo con la práctica del «deambular» (dérive) investigaron los lugares y las percepciones y emociones asociadas a ellos. Con eso intentaron desarrollar nuevos comportamientos, juegos y pasiones: «Las pasiones sólo se han interpretado de manera distinta, lo que ahora importa es inventar nuevas pasiones» (Debord). El objetivo era desarrollar nuevas formas de acción en el ámbito de la cultura y de la vida cotidiana con la intención de crear allí la perspectiva de un cambio revolucionario: «Nuestras teorías no son sino la teoría de nuestra vida real [...] Es impensable que se pueda preparar la revolución de la vida cotidiana por medio del ascetismo». ʘ

Se puede encontrar una selección de los textos más importantes en: *La creación abierta y sus enemigos, Madrid*, 1977.

acciones no se trata sólo de dar a entender algo en el espacio público, también es importante cambiar este espacio «ocupado y escenificado» y llenarlo con nuevas asociaciones. Si se consigue revalorar un espacio cerrado por un cordón policial sirviéndose de este espacio liberado como escenario (ʘ *Uniforme de gala y cuerpos desnudos*), o si un grupo se aprovecha de la transmisión de un partido de fútbol, declarado oficialmente como acto de «encuentro entre los pueblos», para sus propios fines políticos, entonces se produce una reinterpretación (ʘ *tergiversación* o ʘ *distanciamiento*) de dicho espacio. Por otro lado, hay acciones como, por ejemplo, las de los «NOlympics» (ʘ*deterioro de imagen*) dirigidas a «ensuciar» espacios públicos de representación para atacar de esta manera la autorrepresentación del poder.

© IS



¿Todos o nadie?

Nombres múltiples, personas imaginarias, mitos colectivos

Un nombre múltiple es «un nombre que cualquiera puede utilizar». Aquellos que lo han inventado rechazan expresamente tanto el monopolio para su uso como el copyright. Pero estos nombres significan más que el mero deseo de sus usuarios de permanecer anónimos: aun siendo así, el nombre múltiple como expresión de anonimato sólo representa un espacio vacío, un signo sin significación propia, existe la posibilidad de que se convierta en un significante con fuerza siempre y cuando se vincule con una práctica determinada, reconocible y limitable. Entonces no sólo significa dicha práctica (artística, política, religiosa), sino que se asocia también con el cuerpo de una persona imaginaria. En cuanto la práctica se hace reconocible y se llena con vida, esta persona va tomando vida. Su cuerpo gana en contorno, adquiere una historia, un mito. La gente que entra en esta historia y que participa en las prácticas vinculadas con el nombre múltiple, acaba realmente formando parte de esta persona imaginaria y colectiva: la práctica de los individuos singulares cobra fuerza a través del mito colectivo y al mismo tiempo lo reproduce. Y al revés: si esta práctica pierde sus contornos y su fuerza significativa, se muere también la persona colectiva en la cual se encarna.

Cfr. Home, Stewart: *The Festival of Plagiarism*, Londres, 1988.

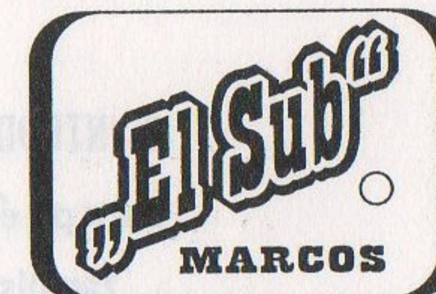
El nombre múltiple supera la separación entre individuo y colectivo. De manera mágica otorga al individuo una participación en el cuerpo colectivo de la persona imaginaria, en la cual se encarnan el movimiento y la fuerza de una masa invisible. La masa gana en contorno, y en la forma de la persona imaginaria se convierte en un sujeto activo. Justamente los oprimidos sin-nombre han utilizado a menudo esta manera de actuar. Se dio, por ejemplo, en las insurrecciones campesinas: en 1514, los campesinos del sur de Alemania se lanzaron al campo de batalla bajo el nombre de «*der arme Konrad*» (el pobre Conrado). Pero no había ningún líder en el cual se encarnara la masa sublevada: cada uno de ellos era el «pobre Conrado» que se sublevaba contra su opresión. En la Inglaterra de principios del siglo XIX, el nombre múltiple del «General Ludd» representaba a los oprimidos. Como líder imaginario de los ataques contra las nuevas máquinas dirigió sus amenazas –casi siempre seguidas de acciones– contra los agentes capitalistas de las modernas formas de la explotación. A pesar de que el movimiento del «General Ludd» no tenía formas de organización definida (o quizás justamente por esta razón), durante muchos años fue capaz de infundir miedo y terror a los explotadores.

Sale, Kirkpatrick: *Rebels against the Future. The Ludditis and their War on the Industrial Revolution. Readings*, Mass., 1995, p. 9.

Mientras que el «General Ludd» no era una persona real ni representaba a una organización establecida, las posteriores formas de organización de los trabajadores siguieron la separación burguesa entre individuo y práctica colectiva. El colectivo (el proletariado, etc.) se convierte en un asunto

Antepasados





UNA ENTREVISTA EN EXCLUSIVA con «El Sub», realizada por el Subcomandante Insurgente Marcos:
Todo lo que Vd. siempre quiso saber del «Sub», pero que no se atrevía a preguntar,
o: El mejor periodista de todos los tiempos

realizado por .... (Escriba aquí su nombre)
para .... (Escriba aquí el nombre de su jefe)

1. LUGAR DE LA ENTREVISTA: (Subraye el lugar de su elección)

a) En algún lugar de la Selva de Lacadonia
b) En algún lugar en el suroeste de México
c) En alguna región controlada por los zapatistas
d) En algún rincón de la sala de prensa de Casa Vieja
e) En algún bar en el suroeste de México
f) ...

http://www.pengo.it/luther/tvcopsd1.htm

http://www.thing.de/projekte/7:9%23/cantsin_12.html

Cfr. Luther Blissett-Homepage: http://www.pengo.it/luther

Cfr. Home, S.: *Neoismus, Plagiarismus & Praxis*, Edimburgo/San Francisco, 1995, p. 11 y http://www.thing.de/projekte/7:9%23/eliot_index.html

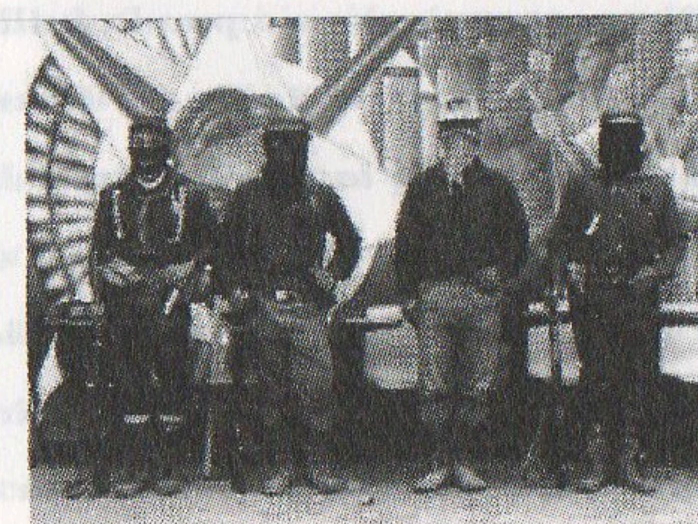
abstracto y jerárquicamente administrado. Su fuerza simbólica ya no se manifiesta de modo inmediato en la práctica de cada individuo. Los portadores de esta fuerza ya no son sino unos pocos, unos individuos «destacados», que ofician de líderes, de héroes y de ídolos. No es gratuito que el nombre múltiple surja en la actualidad justamente en aquel ámbito donde la idolatría burguesa por los individuos «destacados» es más pronunciada, es decir, en el ámbito del arte. La utilización de un nombre múltiple como nombre artístico excluye la adjudicación de una obra a un autor individual. Los ○ *neoístas* utilizaron consecuentemente este principio. Transformaron, por ejemplo, nombres artísticos como Harry Kipper en nombres múltiples, mientras que otros nombres como Monty Cantsin, con sus mitos correspondientes, deben ser considerados productos de la práctica artística neoísta. Finalmente debería mencionarse la creación del mito colectivo ○ *Luther Blissett* como una de las obras artísticas más importantes de la era postsituacionista. En este caso se recurrió –como en el caso de Karen Eliot– al nombre de una persona real.

Neoísmo

Luther Blisset

Un ataque especialmente alevoso a los conceptos burgueses de sujeto consiste en transformar de repente, e incluso en contra de su voluntad, a

Cuatro (4) Marcos



2. INTRODUCCIÓN A ELEGIR (Subraye la de su elección)

Después de algunos días de espera llegamos por fin al territorio de los

... zapatistas/rebeldes/ilegales.

Había

... caminado/corrido/galopado/andado a gatas/paseado (No exagere; conviene demostrar un poco de credibilidad)

varias

... horas/días/semanas/meses/años/quinquenios/décadas/siglos

en compañía de mi

... fotógrafo(a)/apuntador(a)/guía/acompañante/niñera/dama de honor/negro.

Habíamos atravesado amplias

... selvas/ríos/sierras/salas de espera/cafetales/pasillos/mares/pasos subterráneos/desiertos.

Al final llegamos a un

... valle/bosquecito/claro/colina/puerto/bar/monte/pueblo/estación de metro/sala de prensa/aeropuerto.

individuos reales en personas colectivas. Por ejemplo, ponerse una peluca en plan Julio Iglesias e imitar su voz y movimientos cantando; a este primer imitador seguro que le seguirán otros, y todo mezclado con la propia presencia de Julio Iglesias. Otro ejemplo puede ser el intento que se hizo durante la campaña electoral a la alcaldía de Zúrich de convertir, sin más, al candidato del campo burgués, Andreas Müller, en una persona colectiva: para ser parte de esta persona era suficiente con llamarse Müller y aparecer bajo este nombre en una papeleta electoral (➲*pasteleo electoral*).

En el contexto político actual existe otro nombre múltiple. Referente a los medios de comunicación, uno de los méritos estratégicamente más geniales de la guerrilla zapatista consistió en convertir el nombre de su portavoz, del subcomandante Marcos, en un nombre colectivo («Todos somos Marcos»). Con esta práctica no sólo seguían con su intención de deconstruir el principio del líder de la revolución o de la guerrilla —como ya hace vislumbrar el título «subcomandante»—, sino que a la vez crearon una forma nueva de mito colectivo: la persona del guerrillero real no tiene una historia clara e identificable. Sus atributos reconocibles como el pasamontañas y el uniforme no esconden su papel de signo vacío; al contrario, lo subrayan aún más. Precisamente por el hecho de que la persona real queda como borrosa, este lugar vacío puede ser llenado con innumerables historias y leyendas. En este

Ataque psíquico a la Oficina del Censo

Lo que en su momento funcionó con el Pentágono, seguro que no puede fallar con la Oficina del Censo. El 28 de mayo de 1995, al finalizar un programa de Radio Blisset, una multitud furiosa de unos setenta Luthers se encontraron ante la Oficina del Censo estatal para realizar un ataque psíquico «contra los nombres propios y a favor de la elección libre de nombre en todo momento». Como rito de reconciliación respecto a dos policías que exigían que se cruzase la calle por el paso de cebra, Luther Blisset bloqueó el tráfico y entrevistó a los conductores en directo, mientras repartía octavillas a favor de la supresión de los

Allí nos encontramos con

... el Sub/un rebelde/un gorro de esquiar con una pronunciada nariz/un criminal profesional,

del que nos llamó la atención, aparte de su gran nariz,

sobre todo el color de su piel

... blanca/negra/morena/rojiza/amarillenta/verdosa/azulada.

Sus ojos eran

... negros/marrones/verdes/azules/rojos/melados/pajizos/color maíz/color yogur/color muesli

y tenía

... nada de barba/poca barba/mucha barba.

Tenía el aspecto de un

... chaval de quince años/de cuarenta y cinco años/veinticinco/ochenta/cuarenta y seis años.

Mientras se acomodaba en

... un sitial/una silla giratoria/una mecedora/el suelo/el antepecho de una ventana/un taburete/pupitre/sillón de directivo

proceso, el mito colectivo «Marcos» se convirtió en portador omnipresente de las más diversas significaciones, en expresión y punto de identificación de fantasías subversivas así como sexuales. (Estas últimas destacan de manera más clara la potencia simbólica de la persona colectiva: aunque nadie ha visto nunca su cara ni su cuerpo, Marcos fue elegido «el hombre más atractivo de México».) Al final se podía ver a decenas de miles de personas manifestándose por las calles de México D.F. al grito de «Nosotros también somos Marcos», como expresión impresionante de su fuerza política.

En eso el mito del «Sub» se distingue claramente del mito de un héroe individual como el Che Guevara: una frase como «Yo también soy Che Guevara» simplemente sería ridícula. Los gobernantes de México desde luego han entendido muy bien el funcionamiento del mito colectivo y las consiguientes prácticas mágicas. Eso se ve en sus esfuerzos desesperados (y sin resultado) por encontrar al individuo «real» que se esconde bajo el nombre, de enseñar públicamente su cara con el fin de reducirlo de mito colectivo a individuo burgués.

El origen de los nombres múltiples se pierde en la oscuridad de la historia, remite a prácticas religiosas y mágicas antiguas. Ya el nombre más antiguo y más vivo de estos nombres demuestra este principio con toda claridad: todas son desde siempre Buda. La participación en esta persona colectiva está mediatizada por la participación en una práctica:

Ataque psíquico a la Oficina del Censo.

nombres propios. A continuación él mismo escenificó, dirigido por su propia voz etérea, el ataque psíquico fantástico a la Oficina del Censo: durante más de dos minutos, los como mínimo cincuenta Luther presentes gritaron con fuerza la sílaba «ohm», consiguiendo crear una buena corriente de energía psíquica, que se vio interrumpida al empezar a desprenderse la primera repisa de una ventana. Cuando hacia las cuatro de la mañana empezó a dispersarse la concentración sediciosa, se podían continuar observando a más Luthers que llegaban en formación de combate haciendo ostentación de sus armas psicológicas.

se encendió su pipa, y después de

... saludar/amenazar/preguntar por la hora/cobrar honorarios por la entrevista/
proferir una retahila de insultos/lo mismo, pero insultando a otros/bostezar,

empezamos la entrevista.

3. LA ENTREVISTA:

Reportero .... (Escriba aquí sus iniciales o su nombre)

– – – Sub, ¿qué piensa de Cuba?

El Sub: Cuba es

... un paraíso/una dictadura/el cielo/el infierno/todo a la vez/nada de todo esto.

– – – ¿Qué será del Sub cuando el conflicto

... se haya acabado/resuelto/se complique/se agrave/se mitigue/se extienda?

El Sub: Bueno, pues yo

... me iré a otra parte/me jubilaré y criaré pollos/publicaré mis memorias/
seré candidato al Parlamento/me haré cambalachero/me acogeré al paro/dejaré de
escribir/empezaré a escribir de verdad/me retiraré a la vida privada/rodaré una película/iré al cine.

– – – ¿Qué siente uno como

... criminal profesional/sexsymbol/ilegal/rebelde/payaso/líder carismático/
vociferador/...?

El Sub: Pues,

... nada/todo/es una mierda/es agradable/es como un orgasmo/más o menos/
más que menos/menos que más.

– – – ¿...? (Escriba aquí la pregunta de su elección)

El Sub: Pues,

(Escriba aquí la respuesta de su elección)

FIRMA PARA VERIFICAR LA ENTREVISTA:

(Recorte esta firma, siguiendo la línea punteada, y péguela, con cuidado, bajo su entrevista.)

Entrevista dada en las montañas del suroeste de México

(29-7-1994) Subcomandante Insurgente Marcos

✂..

(De *Charlie Hebdo/Hors de Série*, nº 4, 1995)

«Al realizar la práctica de Buda, sois como Buda. Veis con los mismos ojos, escucháis con los mismos oídos y habláis con la misma boca. No hay la más mínima diferencia».

Mediante la utilización de nombres múltiples se recobran de manera casi natural unas formas arcaicas que cuestionan la separación entre individuo y colectivo. Los nombres múltiples no son, en primera instancia, formas de anonimato (como tales no son mejores que no tener ningún nombre), sino que representan el ataque más fuerte a los conceptos modernos de subjetividad e identidad burguesas. Demuestran de manera clara que dichos conceptos son unas ilusiones ajenas a la naturaleza del ser humano. De esta manera manifiestan la verdad intemporal de la idea según la cual la identidad humana no es otra cosa que la articulación y el punto de confluencia de prácticas colectivas, que la identidad humana no existe más allá de esto. Sin embargo, esta verdadera fuerza subversiva del nombre múltiple sólo se demuestra en la práctica concreta: ¡Sé tú también Luther Blissett!

Luther se encuentra con John & Harvey





Un (1) Marcos



Principios y métodos de la guerrilla de la comunicación

La guerrilla de la comunicación es el intento de provocar efectos subversivos mediante intervenciones en el proceso de comunicación. Los diversos métodos y técnicas utilizados siguen generalmente dos principios: los principios del ○ *distanciamiento* y de la ○ *sobreidentificación*.

Los distanciamientos se basan en cambios sutiles en la representación de lo habitual que sacan a la luz nuevos aspectos de lo representado, crean espacios para una lectura no habitual de acontecimientos habituales y producen, por medio de desplazamientos, unas significaciones no previstas ni esperadas. La sobreidentificación, en cambio, significa expresar públicamente aquellos aspectos de lo habitual que, por lo general, son conocidos pero al mismo tiempo siguen siendo tabú. La sobreidentificación se toma en serio la lógica de los modos de pensar, de los valores y de las normas dominantes y lo hace con todas sus consecuencias e implicaciones justamente allí donde éstas no se expresan (no se pueden expresar) o donde se las quiere pasar por alto. Si el objetivo del distanciamiento consiste en crear una distancia frente a lo existente, la sobreidentificación quiere disolver los autodistanciamientos incorporados al discurso dominante. Lo subversivo de estos procedimientos se discutirá en los siguientes párrafos.

El principio del distanciamiento

Intervenir mediante el método del distanciamiento en un proceso de comunicación significa recoger formas, acontecimientos, imágenes e ideas existentes y cambiar su transcurso normal o su representación usual. Al principio, tales cambios pueden provocar una sensación de confusión debido al hecho de que cada persona posee a causa de su socialización dentro de esta sociedad un saber básico respecto a la ○ *gramática cultural* que preestructura sus percepciones. Esto quiere decir que normalmente existen unas expectativas relativamente claras sobre el aspecto que debe tener un determinado acontecimiento o una determinada situación y cómo tienen que desarrollarse. En cuanto surjan unos elementos inesperados o imprevistos en el proceso de comunicación, la normalidad con la cual las percepciones se adaptan a las estructuras de la gramática cultural se ve perturbada. La perturbación resulta especialmente eficaz cuando durante algunos instantes se mantiene una confusión sobre qué (o quién) no encaja bien. Esta confusión debería facilitar al público la posibilidad de ganar una cierta distancia respecto a la situación, por lo menos durante unos instantes. Así se posibilita una visión crítica frente a los modelos usuales de la percepción de hechos o acontecimientos. Para conseguir este efecto, el cambio introducido debe ser lo suficientemente claro como para perturbar la percepción normal. Pero malogra su fin, por lo menos parcialmente, cuando es

Oficina de Medidas Insólitas



«No a la violencia», 1991

NSK
LAIBACH

De la subversión a la afirmación

El colectivo de artistas «Neue Slowenische Kunst» (Nuevo Arte Esloveno) (NSK) se fundó a principios de los años 80 en Ljubljana en el entorno del grupo de música rockera «Laibach». Durante los más de 10 años de su existencia se han dedicado sobre todo a una cosa: a cantar sobre la estética del poder y de la sumisión, sobre la escenificación del dominio y la disolución del individuo en el colectivo. En esta empresa, el NSK/Laibach se ha ceñido siempre y sin vacilaciones a la estrategia de la ○ sobreidentificación. Tomando como base teórica las tesis del psicoanalista y discípulo de Lacan, Slavoj Zizek, Laibach formuló su credo: la subversión no se crea mediante la producción de distancia irónica acerca de los hechos, sino más bien tomándonos el sistema más en serio de lo que él mismo hace. Se deben afirmar justamente aquellos aspectos de lo existente de los que no se puede hablar abiertamente, pero que, no obstante, subyacen en el orden simbólico dominante. Esta articulación afirmativa es subversiva, ya que los posibles puntos de ruptura están inscritos precisamente en las «verdades ocultas» del orden simbólico existente. La comunicación afirmativa de estas verdades hace evidente la ruptura. En su estética, el NSK/Laibach se remonta a la vanguardia clásica de los años 20, cuya

Cfr. los discursos de los conciertos de Laibach: Mlakar, Peter: *Reden an die deutsche Nation*, Viena, 1993.

http://kultarr.cit.gu.edu.au/~karlg/Laibach/chronology.html

previsible o cuando puede ser clasificado según modelos interpretativos simples y unívocos (también cuando sólo provoca la reacción: «Bueno, otra vez estos chiflados de la izquierda»).

El distanciamiento se basa en la hipótesis de que incluso las situaciones absolutamente «normales», cotidianas, contienen contradicciones internas, fisuras no expresadas y posibles paradojas. Eso es así incluso cuando los presentes no cuestionan de entrada una situación, de manera fundamental, sino que la consideran normal justamente por su «normalidad»; puesto que las personas presentes también tienen fisuras, no son homogéneas; como todos los seres humanos son sujetos fragmentados que tienen que luchar con contradicciones internas y externas. No solamente ocupan diferentes posiciones dentro del discurso imperante, sino que en algunos aspectos se salen de las estructuras predeterminadas y las contradicen. En concreto, eso puede querer decir, por ejemplo, que tienen miedo de perder el trabajo, pero al mismo tiempo, en el fondo, no les gusta en absoluto ese trabajo, para cuya conservación alguien (el jefe, el Ministro, etc.) les pide «sacrificios», o cuando las propias experiencias de injusticia y de perjuicios desmienten claramente las exhortaciones rimbombantes como «Tenemos que hacer causa común» o

La Giraldilla solidaria

El 20 de agosto de 1999 el grupo «preso-ekin elkartasun kideak» (solidari@s con los pres@s) consiguió llevar a todo el planeta la solidaridad con los presos políticos vascos y la denuncia de la dispersión, al colar en pleno escenario de inauguración de los Mundiales de Atletismo de Sevilla una mascota (una Giraldilla) solidaria, lo que provocó las iras de autoridades y prensa.



herencia constituye —según ellos— el fondo del que se sirven desde entonces todas las escenificaciones artísticas-estéticas de las ideologías políticas. Para demostrar la sintonía entre formas artísticas-estéticas e ideología política, Laibach reproduce la estetización fascistoide de lo político (o lo social) sin el más mínimo distanciamiento. Afirman la escenificación del dominio y del deseo de la sumisión, no la critican, puesto que la «distancia crítica» significa —siempre según la interpretación de Laibach— ante todo la posibilidad de sustraerse a reconocer cómo funciona la estetización de una ideología. Por esta razón el grupo normalmente suele negarse a comentar sus propias acciones o a adoptar una posición «crítica» respecto a ellas.

El procedimiento de Laibach puede ilustrarse de forma ejemplar a través de una performance que el grupo realizó a principios de los años 90 en un estadio de Belgrado. El punto culminante fue un discurso de militancia nacionalista en lengua serbia. Exigieron a los espectadores que mantuvieran y defendieran con todos los medios la pureza y el honor del pueblo serbio y la integridad de su territorio. Para dar colorido a su discurso, el grupo Laibach se sirvió de todos los medios a su alcance para escenificar una estética fascista, excluyendo conscientemente cualquier elemento de distanciamiento en esta representación monumental de heroísmo nacional.

«Estamos todos en el mismo barco». Pero si de repente pasa algo inesperado que invierte las reglas, que las ridiculiza o las hace absurdas, tal distanciamiento puede actuar como una oferta, en el sentido de mostrar que lo imposible es posible, que el hecho de adaptarse a la normalidad social sólo es una decisión y no exclusivamente una necesidad ineludible. Lo que una percibe como natural, en realidad no lo es; pues lo que se ignora en la percepción cotidiana sigue presente de todas maneras. Puede ocurrir que el distanciamiento respecto a lo normal apele a partes en las espectadoras que de otra manera quedarían reprimidas u «olvidadas» a causa de decisiones racionales. De este modo, es posible que el distanciamiento no actúe sólo como método destructivo. También puede actuar como (pequeño) indicador de caminos para utopías y formas de actuar que pretenden cambiar algo en la sociedad (○ *Giraldilla solidaria*).

Las guerrilleras de la comunicación no practican el distanciamiento como un juego cualquiera y sin finalidad; éste adquiere carácter político cuando intenta hacer visibles y conscientes unas relaciones de poder naturalizadas y no expresadas, unos aspectos reprimidos o normalizados de las relaciones sociales. Las acciones de la guerrilla de la comunicación se basan en la idea de que son precisamente estos aspectos de situaciones y procesos de comunicación cotidianos en los que deberían fijarse ante todo los

Huevos lilas

Era un bonito césped verde, muy cuidadito y sin malas hierbas, siempre pulido y limpio. Y allá en medio estaba ese toro blanco. Desde su pedestal, viril y pletórico de energía, alzaba su mirada arrogante en medio del barrio obrero de Giesing, en Múnich. Cada vez que pasaba por allá, me tenía que parar a contemplar el toro, tanto si quería como no. A veces me reía con algunas amigas de sus atributos: «¡mirad, hoy sí que se le ve potente!». No nos hubiera sorprendido, si un día hubiera dado un salto desde su pedestal y se hubiera puesto a perseguirnos. Su aspecto era el de cualquier ligón típico de la calle: ese caminar con las

Por lo que se refiere al contenido, este discurso sólo fue una agudización mínima de la retórica nacionalista que se oía en aquellos tiempos prácticamente en todos los estados de la Yugoslavia en proceso de disolución. El grupo era consciente del peligro de que esta contextualización pudiera tener un efecto afirmativo, no sólo respecto a la forma, sino también en lo que a sus efectos se refiere. Laibach resolvió este problema mediante una tremenda provocación: en el transcurso de su discurso, fueron introduciendo paulatinamente palabras y frases centrales sobre la sangre y el suelo en alemán, sin que se produjera ninguna ruptura más. Con el trasfondo de los crímenes que habían cometido los fascistas nazis y sus cómplices en Serbia, cualquier interpretación afirmativa quedaba excluida. Un hecho que debía haber asustado a los espectadores justamente porque mantuvieron la afirmación del heroísmo serbio-nacionalista a todos los demás niveles con suma consecuencia.

http://kultarr.fit.gu.edu.au/~karlg/Laibach/NSKunst.press sowie http://lois.kud-fp.si/~lukap/embassy/

Desde principios de los años 90, el grupo se ha dedicado sobre todo a estudiar los mecanismos de construcción de lo nacional. Con el trasfondo de la disolución de Yugoslavia en diferentes Estados nacionales, el grupo desarrolló el proyecto de la fundación de un «Estado NSK». Recurrieron en eso a todos los atributos simbólicos del Estado-nación. Incluso elaboraron de forma mimética la construcción de una historia nacional mediante el montaje consciente de partes de la memoria colectiva.

planteamientos críticos y subversivos. El resultado, sin embargo, queda siempre abierto: es imposible influir en la reacción del «público», en si se tomará el ataque a las expectativas e ideas preconcebidas como una experiencia interesante o si lo rechazará.

Las posibilidades del distanciamiento son consecuencia del hecho de que los mensajes despliegan su plena significación gracias a las condiciones concretas, por las situaciones en las cuales se producen. Así nos parece normal que un orador salude a su público con las palabras «estimados señores, estimadas señoras», independientemente de si realmente estima o no a su público. En cambio, si un profesor utiliza estas mismas palabras dirigiéndose a sus alumnos hay que pensar que lo hace en plan irónico y lo más seguro es que no se trata de un saludo amable. El ejemplo demuestra que el distanciamiento de una situación mediante la utilización de elementos lingüísticos dentro de un contexto inapropiado es un procedimiento bastante cotidiano. Tampoco constituye automáticamente un acto subversivo. En nuestro ejemplo, el profesor se encuentra en una posición superior respecto a las alumnas y no hace más que ostentación de su poder cuando recurre a diferentes registros del lenguaje.

Muchos métodos y técnicas de la guerrilla de la comunicación se basan en el principio del distanciamiento. Obviamente, parece oportuno crear distanciamiento allá

Huevos lilas ...

piernas abiertas para que no se lastimen los enormes testículos con los duros músculos. Y justamente éstos fueron los que un día dejaron de ser; no, no es que desaparecieran, sino que simplemente dejaron de ser blancos, para pasar a adoptar un color rosa cantón como el culo de un mandril. El pobre toro, rodeado de ese jugoso césped verde, parecía que incluso se le subían los colores, cuando pasábamos por allí y nos reíamos de su virilidad psicodélica. Sus colores se volvieron cambiantes: cada vez que se le limpiaba la «entrepierna», volvía a adquirir al poco tiempo la tonalidad rosa, para escándalo de las señoras que paseaban por

En el caso del «Estado NSK» se demuestra, sin embargo, que incluso la sobreidentificación más grotesca puede ser afirmada por la realidad; pues se cuenta que algunos ciudadanos bosnios, afectados por la guerra civil, lograron viajar aún durante algún tiempo con pasaportes NSK.
Puede que muchos aspectos de la praxis de NSK/Laibach tengan que ver con el trasfondo de la antigua (ahora ya ex) Yugoslavia, trasfondo con el cual actuaban y siguen actuando. El grupo, no obstante, considera eso como un «espejo en el cual Occidente se ve reflejada su propia verdad oculta» (Zizek). Aunque el NSK/Laibach utilice formas estéticas del fascismo histórico o del socialismo real para sus puestas en escena, es decir lo que ellos llaman «totalitarismo», el «Occidente libre» liberal-capitalista siempre queda incluido. Según la interpretación de NSK/Laibach, el «totalitarismo» justamente no es el gran «otro» del Occidente libre y democrático, sino más bien un fenómeno inherente a la estructura fundamental de cualquier sociedad productora de mercancías.
Según la lógica de NSK/Laibach, resulta consecuente que no vean ningún problema en permitir su recuperación comercial y política. El hecho de que el NSK se haya podido convertir —por lo menos en parte— en un «arte estatal» del nuevo Estado de Eslovenia confirma los conceptos estéticos de esta lógica, antes que problematizarlos. No es fácil decidir si eso es «cierto». Durante una semana se sellaron, por ejemplo, oficialmente cartas con sellos del «Estado NSK» en la central de Correos del Ljubljana/Laibach, hecho que torna muy borrosa la línea de distinción entre afirmación, sobreidentificación y deconstrucción. Queda abierto si tales prácticas aún conservan aspectos subversivos; y más, cuando el NSK/Laibach —siguiendo también en eso su propia lógica— nunca había dicho que tuviesen tales aspiraciones. ⊙

La obra más completa sobre NSK/Laibach se llama simplemente: *Neue Slowenische Kunst (NSK). The Original NSK Book with english translation*, Zagreb, 1991.

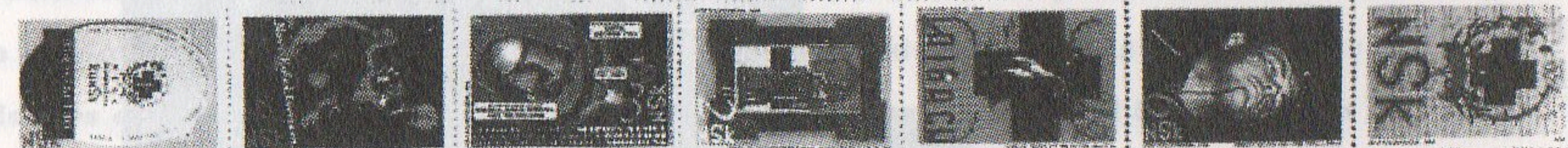
donde todos saben que se quiere comunicar algo. Por este motivo los carteles políticos y de publicidad, así como los monumentos (⊙ *sniping*) constituyen objetivos especialmente apreciados para acciones de distanciamiento. Pero existe también la posibilidad de provocar distanciamiento respecto a una situación en su totalidad. Normalmente se trata de actos cargados de significación o de rituales públicos (actos electorales, homenajes, reuniones). Las relaciones de poder, sin embargo, no se expresan exclusivamente en situaciones donde se manifiestan abiertamente, sino también en situaciones totalmente cotidianas. En dichas situaciones, el distanciamiento nos posibilita desvelar estas relaciones de poder y estorbar su funcionamiento normal.

El hecho de que exista un nexo semántico entre los mensajes (escritos o hablados) y las situaciones en las cuales éstos se producen ofrece grandes posibilidades de intervención creativa. Existe, por ejemplo, la posibilidad de cambiar un mensaje para evidenciar la situación en la que se produce. Este modo de distanciamiento se basa en la idea de que la información nunca es sólo una comunicación objetiva de hechos. A pesar de —o quizás justamente por— presentarse como tal, la información siempre transporta elementos ideológicos que pueden ser sacados a la luz mediante añadidos o cambios distanciadores. Cuando los mensajes escritos u orales van acompañados de imágenes como suele pasar con la publicidad (⊙ *subvertising*) se pueden introducir cambios tanto en el texto como en la imagen. Naturalmente existe la posibilidad de distanciar ambos, el texto y la imagen. Pero los cambios tienen que ser bastante sutiles para que el original quede siempre reconocible. (Ya que, sin esta referencia, el efecto distanciador se pierde y se crea algo absolutamente nuevo.) Un buen ejemplo de ellos es la publicidad americana del perfume de Calvin Klein «Obsession for men» (Obsesión para hombres). Bajo el nuevo texto de «Recession for men» (Recesión para hombres) aparece en vez del guaperas arregladito un sin techo que tiene puesta su mirada en un punto lejano al igual que lo suelen hacer los modelos masculinos. Las dislocaciones del enunciado (escrito y gráfico) critican el mundo idealizado falso de la publicidad. En este contexto, la espectadora ni siquiera tiene que conocer el texto o la imagen original de la publicidad tergiversada, puesto que, dado el trasfondo de unas maneras de leer y de ver aprendidas, la crítica resulta obvia para todas aquellas personas que se dan cuenta de los desplazamientos ocurridos.

Por otro lado, un mensaje puede cobrar un sentido diferente cuando se da en un contexto cambiado. Tales distanciamientos hacen referencia a un mensaje dado y al mismo tiempo sacan a la luz nuevos aspectos, mediante la nueva contextualización, que normalmente no se perciben. El resultado es que un mismo mensaje puede cobrar nuevas

Huevos lilas .

allí e irritación de los caballeros que las acompañaban. Al final el toro debió de optar por la retirada. Sólo queda de él su pedestal, y corre el rumor de que todos los portadores de rabo acostumbran a dar un rodeo para evitar el lugar.



significaciones, que se hagan conscientes estratos de significación no previstos a nivel del texto original, puesto que sólo surgen en un contexto situacional determinado.

En el libro *SpassGuerilla* (La guerrilla divertida) se constata a regañadientes que la publicidad utiliza también métodos de distanciamiento. Naturalmente es duro tener que reconocer que justamente los peores vasallos del capitalismo, es decir, los tipejos de la publicidad, juegan con elementos del distanciamiento que desde los tiempos de Bertolt Brecht parecían ser dominio de la izquierda. Para salirse del dilema de que los propios métodos tengan un gran parecido con las formas de aprovechamiento capitalistas (○ *La fábrica de las ideas*), el autor anónimo del libro hace el intento de distinguir entre un distanciamiento «tranquilizador» y uno «perturbador». Califica el método utilizado por la publicidad de los medios de comunicación como distanciamiento tranquilizador, y opina que tiene un carácter manipulativo. No obstante, hay que preguntarse si esta valoración es cierta o si sólo sirve de escudo para quedar a salvo de los tiros, puesto que los tipejos de la publicidad actualmente se sirven también del distanciamiento «perturbador». El mejor ejemplo lo constituyen la campañas de Benetton. Los carteles con los recién nacidos ensangrentados, con los enfermos de sida o con las camisetas agujereadas de soldados acribillados demuestran que, según las circunstancias, las provocaciones perturbadoras también pueden tener un efecto propagandístico.

SpassGuerilla, Münster, 1994 (Berlín 1984), pp. 75-84.

Este ejemplo pone claramente de manifiesto que el método del distanciamiento no va unido a un concepto político. El intento de salvarlo mediante una definición de las garras de la utilización capitalista está de antemano condenado al fracaso. El distanciamiento no es subversivo en sí y por sí. Únicamente el contexto y la forma de su aplicación determinan su efecto.

Al igual que en otros ámbitos, el poder puede usar prácticas de distanciamiento en el ámbito político para conseguir sus fines. Un ejemplo es un cartel electoral de la CDU para las elecciones autonómicas de 1996 en Baden-Wurtemberg. En una gran superficie blanca no se veía otra cosa que un *smiley*, cuya cara sonriente se formaba con las letras C, D y U. En años anteriores, el hecho de pintar esta imagen con un rotulador en un cartel habría reportado una denuncia por daños materiales; ahora, sin embargo, recurren a este smiley para hacer ver que la CDU es un partido «en onda», «guay» y joven. La idea tradicional de que la política tiene que convencer con argumentos se abandonó aquí a favor del efecto sorpresa de las técnicas propagandísticas. No obstante, también sería absurdo pensar que las intervenciones políticas basadas en el distanciamiento de aquí en adelante ya no pueden ser subversivas, puesto que también suministran sugerencias para el desarrollo y el refinamiento de las campañas electorales. Pensar que la guerrilla de la comunicación es una práctica «segura» que fundamenta un lugar codificado claramente «de izquierdas» se basa en un error de razonamiento esencial; ya que con la ocupación de un lugar empieza al mismo tiempo su vulnerabilidad, su recuperación por el poder. La guerrilla de la comunicación, sin embargo, no es una ○ *estrategia*, sino una táctica. Su meta no puede consistir en defender unas posiciones a cualquier precio. Su fuerza más bien se basa en su movilidad, en su capacidad de inventar siempre nuevas acciones que puedan abortar los intentos de recuperación y asimilación. La ventaja de la guerrilla de la comunicación se basa justamente en lo siguiente: quien habla desde el lado del poder siempre tiene que defender una posición estratégica.

En concreto eso significa que por muy «en onda» que la CDU se presente, esta «onda» siempre tendrá unos límites bastante estrechos. Por eso, por ejemplo, es fácil darle otra vez la vuelta al smiley de los carteles electorales. En vez de arrancar enfurecidas estos carteles de la CDU, las guerrilleras de la comunicación los «completarían» quizás con lemas en favor de las más diversas drogas (○ *sniping*) para «acercar» al smiley más a su significado original. Si alguien se tomara en serio ese cartel de publicidad y su mensaje, sería tal vez clarificador para los espectadores si se completase el cartel con algún texto ilustrativo: arriba y abajo aún queda suficiente espacio para comentarios como: «Xtasy frees your mind» o «María te quiero» (quizás con el dibujo de la hoja). Pequeñas transformaciones de la carita del smiley podrían reflejar su estado mental determinado por el consumo de música y drogas de diseño. Con el eslogan «No al poder, sí a las drogas» se podría tergiversar la imbécil campaña antidrogas: «No al poder de las drogas», y ponerla un poco en su sitio.

© 1990 Kunst & Kampf, Göttingen



El Hombre de Neandertal

Con motivo de la mani del grupo de arte y agit-prop «Kunst und Kampf (KUK)» (Arte y lucha) de Göttingen contra la reunificación alemana, se regaló un dinero de bienvenida algo especial en una tirada millonaria: un billete de 100 marcos de la «República Bananera de Alemania», en copias láser y decorado con el retrato de un neandertal. Las enfurecidas noticias de los diarios confirmaron el éxito de la acción: «Camarera aceptó el billete de la "República Bananera de Alemania"», «Un jubilado, medio ciego, amenazado de multa. Pagó con la falsificación de 100 marcos sin sospechar nada — El Banco Central lo quiere multar».

SANGUINETTI ○ y la salvación del capitalismo italiano

«Informe verdadero acerca de las últimas posibilidades para salvar el capitalismo italiano» era el título de un folleto que se envió en 1975 a destacados representantes del mundo económico, político y mediático italiano. El desconocido autor firmó con el seudónimo «Censor». El contenido del texto era explosivo. Partiendo de un análisis de los errores de la clase política burguesa de las últimas décadas, «Censor» sacó la siguiente conclusión: el sistema capitalista de Italia sólo podría salvarse mediante la inclusión del partido comunista (PCI) en las responsabilidades del Estado burgués. El rechazo de este «compromiso histórico» por temores pusilánimes sería inoportuno, puesto que las supuestas tendencias revolucionarias del PCI «nunca han sido otra cosa que "productos de exportación" para el pueblo».

«Censor» (Sanguinetti, Gianfranco): *Rapporto veridico sulle ultime opportunità di salvare il capitalismo in Italia*, Milán, 1975.

Por su lenguaje, estilo y argumentación, «Censor» se identificó como representante de la élite intelectual burguesa. Inmediatamente después de la publicación del texto, empezaron las especulaciones fantásticas sobre la identidad de «Censor»: ¿era uno de los más destacados intelectuales de la Democracia Cristiana?, ¿un periodista recién fallecido?, ¿o incluso un autor pagado por los comunistas? El caso es que la mayoría de la gente coincidió en afirmar que el autor anónimo tenía que ser una personalidad procedente del «centro del poder». Después de la publicación del texto, las tesis de «Censor» —mediante las cuales había elaborado con lógica férrea su análisis de las posibilidades de salvación del capitalismo— se convirtieron en el tema de largas y controvertidas discusiones, en las que curiosamente ninguna de las partes cuestionaba las tesis centrales del texto.

Sólo después de haber pasado medio año apareció otro texto donde el situacionista Gianfranco Sanguinetti confesaba su autoría: «Censor» jamás había existido. El autor era un miembro de la extrema Izquierda, que poco antes de publicar el texto había pasado algunos meses en la cárcel por la acusación absurda de haber provisto a los terroristas italianos de armas. ¿Pero qué llevó a un antiguo miembro de la ○ Internacional Situacionista a reflexionar justamente sobre el mantenimiento del capitalismo y a colar estas reflexiones bajo seudónimo en la discusión pública? ¿En qué consistía la fuerza explosiva de la acción de Sanguinetti?

En los años 60 y 70, la estructura social de la sociedad italiana se había visto marcada por la existencia de un fuerte proletariado industrial, potencialmente revolucionario, que en parte había desarrollado formas autónomas de organización y acción («Autonomia Operaia») fuera del contexto de los sindicatos tradicionales y de las organizaciones de los partidos de izquierda. Hacia finales de los años 60 se agudizaron también en Italia los conflictos sociales. Hubo ocupaciones de fábricas y rebeliones estudiantiles. Esto acabó en los años 70 en conflictos abiertos y militantes. En aquella situación, el fuerte Partido Comunista de Italia tuvo de hecho una

El principio de la sobre-identificación

El objetivo del distanciamiento es crear una distancia entre actores y espectadores respecto a las relaciones dominantes para cuestionar de este modo su aparente normalidad. La sobreidentificación, en cambio, significa posicionarse consecuentemente dentro de la lógica del orden dominante y atacarla en su punto más vulnerable, o sea, en su centro. Trasluce aquí la idea de que los discursos abiertamente críticos y moralizantes para con el Estado y su ideología ya no tienen ningún efecto, mientras que un distanciamiento irónico tal vez pueda tener incluso un efecto más estabilizador que subversivo. Los actuales discursos ideológicos se caracterizan a menudo por una crítica interiorizada, anticipada de sí mismos. Referirse irónicamente a estas contradicciones queda dentro de su lógica y «al fin y al cabo le hace el juego a los poderosos». La sobreidentificación se decide por el camino contrario. Rompe la ideología del cinismo, renunciando completamente al distanciamiento e identificándose hasta tal punto con la lógica del sistema dominante que lo toma más en serio que el mismo sistema sería capaz de hacerlo. Ahora bien, ¿qué significa eso concretamente? Zizek parte de la idea de que una ideología consta siempre de dos partes: los valores «explícitos», declarados y propagados públicamente por un sistema político, y su «cara oculta». Con esto se refiere a la implicaciones que cada ideología conlleva, pero que aparentemente la contradicen. A pesar de ser generalmente conocidas, tales implicaciones son integradas por el hecho de quedar calladas y convertidas en tabú. Cojamos como ejemplo el racismo de Estados Unidos que, por un lado, es esencial para el funcionamiento de la sociedad norteamericana, pero que, por otro lado, contradice tendencialmente sus «valores oficiales»: durante mucho tiempo el racismo tenía su lugar en la sociedad por la existencia del secreto e ilegal Ku-Klux-Klan. El discurso dominante mantiene una posición distante respecto a estas «verdades ocultas» que son, al mismo tiempo, partes esenciales del sistema y puntos de fractura. De ellos solamente se puede hablar, si acaso, en tono irónico, cínico o de distanciamiento crítico.

Zizek, Slavoj, cit. según Arns, Inke: *Neue Slowenische Kunst (NSK) – ihre künstlerische Strategien im Jugoslawien der 80er Jahre.* Tesina, Berlín, 1995.

Dada esta situación, una forma eficaz de subversión puede consistir en expresar de modo afirmativo dichos aspectos callados y hacerlo de forma convincente, imitando la lógica del sistema con la máxima fidelidad para que nadie de los confrontados con ella tenga muchas posibilidades de distanciarse. Para los sujetos confrontados con una afirmación tal, eso no significa —como en el caso del distanciamiento— una apelación a sus partes subversivas, no vividas pero de alguna manera siempre sentidas. En el caso de la sobreafirmación se trata más bien de atacar conductas «seguras» que coinciden con la ideología dominante para provocar la aparición de las caras ocultas que esconden. Es decir, si

El Museo Kraak

En 1994 «El gato negro», una casa okupada ya desde hace años en el centro histórico de Amsterdam, se vio amenazada nuevamente con una orden de desalojo. A raíz del estado algo cutre del edificio a las okupas (en holandés: «kraakers») se les ocurrió una idea: declararon su casa museo. Comunicaron a la prensa que la casa se encontraba prácticamente aún en el estado original de cuando fue ocupada por los primeros kraakers y que nunca ha sufrido cambios de mobiliario. Sobre todo la cocina daría aún una impresión excelente de una tradicional casa ocupada de los años 80.

El Museo Kraak ...

Al principio, el museo sólo podía ser visitado por «amigos» que habían pedido hora. Luego acudía cada vez más gente, hecho que despertó el interés de los medios de comunicación. Finalmente, el Kraakmuseum fue descubierto también por algunos equipos de televisión. Antiguos okupas cedieron «objetos históricos» que se exhibieron en exposiciones. Algunos domingos, un ex okupa hacía de guía del barrio para los turistas. Los medios internacionales veían en el Kraakmuseum una nueva prueba de que en una ciudad tan liberal como Amsterdam todo es posible. Las okupas utilizaban este mito y denunciaron la

función vital para la pervivencia del orden capitalista-burgués. Sólo el PCI era capaz de reconducir los enfrentamientos sociales por vías burocráticas y reglamentarias, y de integrar por lo menos parte de la clase obrera en el sistema político, es decir, de alejar el peligro de una situación revolucionaria. Esta función del PCI se manifestó claramente en el cambio de su retórica política desde finales de los años 60. Si antes aún predominaba la retórica leninista-gramsciana de conseguir la hegemonía con el objetivo de una revolución del orden social, eso cambió en el momento en que los enfrentamientos sociales empezaron a agravarse. Ahora el PCI evocaría el fantasma de la llegada de un nuevo fascismo si el PCI no apoyaba el orden democrático a través de su entrada en el Gobierno burgués. Bajo el signo de este compromiso histórico, la clase trabajadora no sólo tenía que tragarse cualquier sapo, sino que se denunciaba también toda oposición de izquierdas como fascista. Eso condujo incluso finalmente a que el PCI desempeñara un papel destacado en la brutal desarticulación de los movimientos de izquierda militantes de finales de los años 70.

Pero no era ninguna casualidad que esta línea acabara en una debacle para el PCI. (No fue hasta 1996, cuando ya se habían transformado en socialdemócratas, cuando los comunistas entraron en un Gobierno italiano.) La paradoja del sistema político italiano consistía precisamente en el hecho de que el PCI fuera, por un lado, a nivel funcional una parte esencial del orden capitalista-burgués, y que, por otro lado, sólo podía cumplir con dicha

los valores que una ideología vehicula conllevan al mismo tiempo su contrario, como centro sólo queda una mancha vacía. El funcionamiento de la sobreidentificación puede demostrarse de forma casi ejemplar mediante la acción del situacionista Sanguinetti, que provocó en 1975 un escándalo en Italia. Para poder comprender mejor esta acción hay que conocer la estructura del sistema político de la Italia de los años 70. Por este motivo la analizamos en un texto aparte (⊙ *Sanguinetti y la salvación del capitalismo italiano*).

Sanguinetti

Tal ataque sólo es efectivo cuando, aparentemente, el interlocutor se posiciona claramente dentro de la lógica del sistema. Por esta razón, el principio de la sobreidentificación resulta bastante más problemático de aplicar que el principio del distanciamiento. Es más, la sobreidentificación sólo tiene efectos subversivos cuando realmente toca «el nervio», es decir, cuando ataca las fisuras ocultas del orden simbólico. Mientras que un distanciamiento malogrado en el peor de los casos puede quedar como un arbitrario juego postmoderno sin consecuencias, una sobreidentificación fracasada puede provocar justamente lo contrario de lo que quería. En la práctica es difícil valorar si realmente se ha dado con las fisuras importantes de los discursos dominantes. Es posible que una acción haya sido recuperada ya antes de realizarla. En Alemania, por ejemplo, los discursos racistas han proliferado en los últimos años de tal manera que una sobreidentificación en este ámbito ya no tendría un efecto detonante.

El Museo Kraak .

amenaza de derrumbar el museo como un ataque a la cultura. Al final todo eso no sirvió de gran cosa. Los burócratas nunca se han mostrado muy receptivos a los argumentos. La casa fue desalojada por un grupo especial de antidisturbios y la policía a caballo atacó a las protectoras no armadas de la casa. El inesperado renacimiento del histórico movimiento okupa llegó así a su fin.

función estando excluido formalmente de la participación en el poder político. El hecho de que hubiera sido la integración del PCI, y no la opción fascista, la que garantizó la estabilidad del orden era la verdad oculta que se escondió detrás de la retórica política bipolar anticomunista o bien antifascista de los partidos políticos tanto de la derecha como de la izquierda.

El texto de «Censor» no hizo otra cosa que decir esta verdad abiertamente. Que lo hiciera de modo afirmativo en vez de escribir una crítica esclarecedora provocaría que la opinión pública se viera incapaz de sustraerse a las consecuencias de su argumentación. Lo interesante era que el partido comunista, el blanco directo del duro ataque del texto de «Censor», se abstuviera de cualquier comentario y que intentara ignorarlo. Sanguinetti formuló este efecto de la siguiente manera: «Estas verdades son, por lo demás, tan sencillas que, una vez pronunciadas, todo el mundo se ve obligado a admitirlas; pero al mismo tiempo son verdades bastante feas e inquietantes, ya que nadie hasta ahora se atrevió a decirlas en voz alta: son las verdades de este mundo». Y al que no le gusten, debería —de grado o por fuerza— cambiarlas. ⊙

Existe otra forma de la sobreidentificación que fue practicada por el grupo artístico ⊙ NSK *(Neue Slowenische Kunst = Nuevo Arte esloveno)* y especialmente por la banda Laibach. Cogen los rituales de la autoescenificación del Estado nacional y los ponen al servicio de una ideología artificial y disfuncional. Aunque las relaciones entre los diferentes elementos estéticos parecen estar en sintonía, en esta ideología aparentemente coherente el lugar del núcleo portador de significación (o sea, la propia nación) queda vacío. Es difícil, sin embargo, percibir este vacío. La única diferencia con la escenificación de una nación «real» consiste en el hecho de que los de NSK no reivindican tal punto de referencia para su proyecto. Pero precisamente el hecho de que la escenificación funcione a pesar de todo, evidencia mucho mejor que cualquier crítica argumentativa los mecanismos de construcción de la nación.

NSK/Laibach



Técnicas

Los métodos del ○ *distanciamiento* y de la ○ *sobreidentificación* que se encuentran en la base de la mayoría de las acciones de la guerrilla de la comunicación pueden realizarse mediante una gran diversidad de métodos y técnicas. Pueden utilizarse o bien por separado o bien combinados. En el ○ *fake* (falsificación), por ejemplo, se entrelazan toda una serie de métodos y técnicas. En este contexto entendemos como «métodos» diferentes procedimientos y planteamientos a través de los cuales se pueden conseguir efectos de distanciamiento y de sobreidentificación. «Técnicas», en cambio, son formas concretas de realización. Pero no siempre es posible distinguir claramente entre los dos sin caer en la trampa de unas reglas exageradamente sutiles. Por esta razón preferimos parar aquí nuestro intento de clasificación.

La invención de hechos falsos para crear acontecimientos verdaderos

La invención de hechos falsos para crear acontecimientos verdaderos es un método para evidenciar y criticar los mecanismos que determinan la producción hegemónica de imágenes mediáticas y políticas de la realidad. Este método va mucho más allá de las formas analítico-emancipadoras de información y contrainformación. No ataca la representación concreta de determinados temas, sino que juega con los mecanismos mediante los cuales la política y los media producen acontecimientos de relevancia social. Un ejemplo: el aumento comparativamente elevado de la «criminalidad» prácticamente no fue un tema de interés durante los años 80, mientras que el aumento relativamente bajo de los años 90 se convirtió en un acontecimiento central para los media. Lo mismo pasa con conflictos bélicos: muchas veces pueden perdurar años antes de ganar en actualidad mediática por alguna circunstancia. Mediante la invención de acontecimientos se intenta dirigir los mecanismos que determinan el compás mediático contra el poder dominante.

Radio Alice
A/Traverso IlMale
Yippies

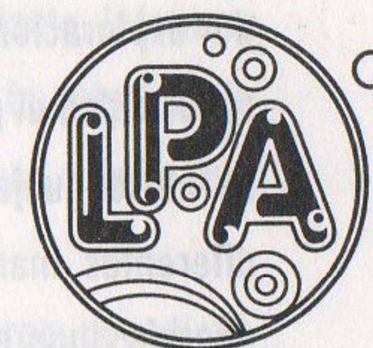
La idea de crear acontecimientos verdaderos mediante informaciones falsas («Segni falsi, informazioni false che producano eventi veri») fue planteada en 1977 por el colectivo de revistas de Bolonia A/traverso (○ *Radio Alice*, ○ *A/traverso – il Male*). Pero en realidad los ○ *yippies* ya se habían servido de este método. En 1967 escenificaron en la Quinta Avenida de Nueva York una gran fiesta de celebración, con la ayuda de 2.000 jóvenes en una acción callejera espontánea, para dar a conocer el fin de la guerra del Vietnam: «Allen Ginsberg entró corriendo en restaurantes de comida rápida, con los brazos en alto, dando saltos y gritando a voz en cuello: "¡La guerra ha terminado! ¡La guerra ha terminado!"». Incluso los maderos que intentaban disolver la celebración ilegal se convirtieron «de repente en parte de la celebración». Con eso no sólo se consiguió que el Gobierno se viera obligado a desmentir el hecho, sino que mucha gente fue sacada de su rol habitual: «Gente que estaba a favor de la guerra se preguntaba en balde cómo habían de reaccionar a este desafío psicológico. No podían ignorarlos como habían hecho con los carteles con el lema "¡Terminad con la guerra!"».

Rubin, Jerry: *Do it! Sceneggiatura per la rivoluzione*, Milán, 1971.

Para poder difundir eficazmente un acontecimiento inventado, generalmente se necesita una instancia que infunda credibilidad y autoridad, sirviendo de esta manera de aval (involuntario) para la «veracidad» de la invención. Hay que utilizar, o bien inventar, el nombre de un autor o de un medio. Acontecimientos bien inventados se sirven de temas con mucha carga emocional en determinadas situaciones políticas o sociales, temas relacionados con miedos o deseos. Eso se consiguió en Roma en 1978 cuando *Il Male*, sirviéndose de la cabecera del *Corriere dello Sport*, anunció la suspensión del campeonato

1980, diez años antes de tiempo: «¡Reunificación! ¡Alegría, alegría, alegría!»

Durante el verano de 1980, muchos alemanes sorprendidos se enteraron en los kioscos de las ciudades turístiscas de la costa adriática de una noticia sensacional. En un periódico Bild-Zeitung, que era clavado al original, se vio en grandes titulares: «¡Reunificación! ¡Alegría, alegría, alegría!» Luego, en letra más pequeña: «Schmidt en secreto con Honecker», «La bomba estalló en el Wartburg» e «¡Increíble: Schmidt y Honecker lloraron!» Este fake que se distribuyó con una tirada de 30.000 ejemplares con la revista Il Male causó bastante caos. Algunos turistas alemanes que se estaban tostando en las playas de la «parrilla de teutones»



London Psychogeographical Association (LPA)
«40 años de no-existencia»

La psicogeografía se presenta como la ciencia de las cualidades psíquicas de los paisajes habitados. La escuela situacionista de la psicogeografía (○ Internacional Situacionista) se concentró en la exploración de ciudades y su método preferido fue deambular, pasearse y dejarse llevar por la corriente de las energías psicogeográficas. A consecuencia de sus propias sensaciones, minuciosamente documentadas, transformaron los planos objetivos de las ciudades en mapas subjetivos.

La Asociación Psicogeográfica de Londres (The London Psychogeographical Association, LPA)[1] se propuso sacar del olvido el mundo de los signos visibles (por ejemplo, en Stonehenge) y perceptibles (leylines/líneas de energía) de corrientes psíquicas de energía. La Asociación está en intercambio con universidades, la clase obrera y destacados místicos (entre ellos, Hakim Bey), así como con institutos psicogeográficos de Milán y Bolonia. Mantiene contactos con la Association of Autonomous Astronauts [2] y la Luther Blissett Three Sided Football League. Difunde los resultados de sus investigaciones durante paseos públicos

[1] http://web.cs.city.ac.uk/homes/louise/omphalos.html

Bey, Hakim: *A ruota libera. Miseria del lettore di T.A.Z.: autocritica dell'ideologia underground*, Roma, 1996.

[2] http://www.t0.or.at/aaa/ u. http://netbase.t0.or.at/aaa/

1980, diez años antes de tiempo: «¡Reunificación! ¡Alegría, alegría, alegría!»

desmontaron de golpe y porrazo sus tiendas y se fueron directamente a Berlín. Pero que sorpresa se pegaron al ver que los controles fronterizos seguían en pie, y al parecer la redacción del Bild-Zeitung recibió varias quejas. Para que no nos digan nunca más que los lectores del Bild-Zeitung no se creen lo que leen. Qué lástima, sin embargo, que la misma bromita no se revelara la segunda vez —10 años más tarde— como falsificación.

de exploración o excursiones a lugares que son nudos psicogeográficos. Además editan con regularidad el periódico LPA-Newsletter.

En un lenguaje que plagia textos y figuras argumentativas esotéricas, la LPA crea vínculos entre diferentes manifestaciones de energías psicogeográficas (eclipses solares o lunares, líneas de energía, lugares sagrados celtas) y relaciones sociales de poder. De la coincidencia de la palabra inglesa para el Mar Mediterráneo —«Meditteranean»— con el nombre de la región inglesa «Midlands», ellos deducen que Londres es la «Segunda Roma» y que, por tanto, posee un derecho incuestionable a ejercer su dominio y, además, que la tierra es plana.

En su Newsletter la LPA desvela los verdaderos secretos de la Casa Real inglesa. Según ellos, la capacidad de la «Windsor Gang» (la Banda de los Windsor) de dominar no estriba en su poder económico o político, sino en su minucioso conocimiento de secretos datos psicogeográficos. Afirman que no era casual que la Queen visitara en 1995 uno de los lugares psicogeográficos más importantes de Inglaterra, es decir Greenwich, y que escogiera para la ocasión un día de eclipse solar, y que además entrara en el templo masónico del lugar siguiendo una de las «leylines» (líneas de energía) más importantes. La LPA utiliza el popular discurso esotérico para afirmar a través de él posiciones izquierdistas, no previstas en estos ámbitos. Por ello sólo es lógico

Cfr. también «Appendix four. Introduction to the Polish edition of the Assault on Culture». En: Home, Stewart *Neoism, Plagiarism & Praxis*, Edimburgo/San Francisco, 1995, pp. 201 s. y pp. 135 s.

del mundo de fútbol y la repetición de la final con el equipo italiano. A raíz de esta invención la ciudad se convirtió durante un día en un gran caos circulatorio. Un ○ *fake* como éste evidencia más que cualquier análisis los deseos y miedos de los lectores. También es posible lograr que la gente se crea unos hechos poco probables, siempre y cuando conecten con sus esperanzas y miedos.

Una vez inventadas las informaciones correspondientes y comunicadas a través de un medio adecuado, la creación de acontecimientos «verdaderos» se produce automáticamente. En el caso de la acción de los yippies, el Gobierno de Estados Unidos se vió obligado a desmentirla. Así se consiguió crear una clara contradicción entre la actuación de los gobernantes y los deseos de sus súbditos. Lo importante de la invención, por tanto, no es la tomadura de pelo de unas ciudadanas ingenuas (efecto ○ *Eulenspiegel*).

Eulenspiegel

Las invenciones más bien tienen el objetivo de desacreditar las instancias que se creen amas de la verdad y atacar su autoridad. «Entre el consenso y el disenso se abre un amplio espacio para lo que se podría denominar momentos de expresa desconfianza. Éstos constituyen un campo ideal para la falsificación. Las noticias falsas no permiten ni aprobación ni rechazo. Socavan la relación de confianza que la política –y los media– pretenden establecer».

Gruber, Klemens: *L'avanguardia inaudita*, Milán, 1989.

Honecker en la residencia para la 3ª edad

En un pueblo de la Alemania occidental circulan —con motivo de la «reunificación»— dos octavillas diferentes. En una se afirma que el alcalde ha logrado obtener una plaza en el asilo municipal tanto para Erich Honecker como para su mujer Margot; en la otra, que un conocido especulador del pueblo, presidente del club de fútbol y concejal, ha vendido uno de los escasos solares a Egon Krenz, el antiguo jefe del Partido Socialista Unificado (SED). Al alcalde la gente prácticamente lo veía capaz de cualquier cosa y un buen negocio con los millones sustraídos de la Stasi no parecía nada especial para un especulador. En las dos

que se pongan también al servicio de las clásicas protestas sociales. Indicando direcciones de contacto, informan sobre la lucha por un árbol en Inglaterra que está amenazado de ser talado por la ampliación de la cuestionada autopista M 11. Su destrucción podría ser retardada, colocando en su copa una casita y abajo un buzón, con lo cual quedaría definido como vivienda y gozaría de la protección de la ley.

A su manera, la LPA se ocupa también del tema de la construcción de «razas». Su discurso, sin embargo, poco tiene que ver con los rectilíneos discursos emancipativo-esclarecedores de la izquierda. Con una grotesca mezcla de fuentes históricas, comparaciones de esqueletos y grupos sanguíneos y coincidencias lingüísticas demuestran que hubo una migración de pueblos de África a las Islas Británicas. En contra de otras hipotésis, ellos dicen que los celtas habían sido negros y, además, habían sido los precursores del islam. Para los racistas siempre ha sido de gran importancia presentar sus propios orígenes «de pura raza» bajo un disfraz científico. La LPA invierte estas argumentaciones racistas con la afirmación de que en este tema se debería recurrir a saberes ocultos que aún están por descubrir. Se sirve del lenguaje esotérico sobre el mito, la ciencia, lo oculto y el desvelamiento para demostrar cosas que contradicen toda teoría racista. Creer o no creer a los psicogeógrafos es una cosa; pero el caso es que han conseguido tergiversar la manera de funcionar de las estrategias de credibilidad míticas-esotéricas-ocultistas-masónicas de tal forma que quedan ridiculizadas tanto dichas estrategias como los temas

Hay invenciones que no tienen efecto subversivo hasta el momento de su descubrimiento. Puesto que sólo entonces puede plantearse la pregunta de por qué todo el mundo ha querido creer el hecho inventado. De este modo no sólo se demuestra el procedimiento que ha contribuido a convertir esta invención concreta en un hecho creíble; se ponen en tela de juicio los propios mecanismos de producción de acontecimientos, sean éstos inventados o no. Para otras invenciones, por el contrario, es mejor que nunca se revelen. Un buen ejemplo de ello es la invención del «Día del Caos», que proliferó hace pocos años en muchas ciudades de Alemania. El objetivo de las iniciadoras ficticias era seguramente provocar la concentración masiva de antidisturbios para demostrar de este modo la disposición irracional del aparato estatal al uso de la fuerza. Quien desee repetir este juego en otra ocasión tendrá poco interés en publicar que «el peligro para el orden público» en realidad sólo consistía en tirar unas cuantas octavillas y en meter las convocatorias en internet.

Más confusión se crea aún cuando de repente aparecen unos comunicados coherentes no sólo por su estilo, sino también por su contenido, pero que en realidad no provienen de los supuestos remitentes. Éste es un medio fantástico en el caso de que un adversario político –por razones más que obvias– no quiera dar explicaciones. Un excelente ejemplo podría encontrarse (¿cómo no?) en los socialdemócratas: una declaración

Honecker en la residencia para la 3ª edad .

octavillas se convocaba a una concentración de protesta al acabar la celebración municipal de la reunificación: «No queremos criminales del SED en nuestro vecindario. La unificación alemana no puede significar esto». Eso pensaban también los ciudadanos y las ciudadanas de la ciudad. Y aunque el Ayuntamiento no desmintió el asunto, las octavillas crearon bastante alarma social.

escogidos. La LPA muestra así lo fácil que resulta tergiversar y producir significados, si se sabe utilizar bien la ⊙ gramática cultural autorizadora (organización, logotipo, citas documentadas, reseñas de libros, referencias a autoridades y al saber común como: «Babilonia ha sido una de las primeras grandes civilizaciones»). Los psicogeógrafos formulan sus tesis absurdas en el lenguaje del discurso científico o paracientífico-esotérico, y crean de este modo una desconfianza respecto a cualquier normalidad. La LPA produce una crítica semiótica en el mejor sentido. ⊙

(inventada), muy crítica, contra el actual desmantelamiento del Estado del Bienestar, que al mismo tiempo cuestionara las posiciones de su candidato a la Cancillería, podría coincidir fácilmente con el programa del partido. Eso obligaría al partido a desmentir pública y decididamente que esté en contra de tal desmantelamiento, con lo cual por lo menos se habría llegado a una posición clara.

Este método, además, tiene la virtud de poner en marcha o replantear unas controversias que de otro modo no acaban de arrancar del todo. El objetivo aquí no es el de exponer la posición propia, sino de dar a conocer la del adversario. Un ejemplo: cuando en una ciudad con universidad se inicia una discusión sobre las corporaciones de estudiantes (las «Burschenschaften» alemanas suelen ser entre reaccionarias y fascistas; N. T.), puede tener sentido escribir una carta al director del diario local en la cual uno de estos estudiantes corporados se queja del hecho de que por causa de la intervención del Ejército Aliado aún sigue vigente la prohibición de llevar los colores de la corporación en el campus universitario. Tal procedimiento lo llamamos el «juego de doble diversión»; puesto que las posiciones radicales a menudo requieren propuestas concretas que les sirvan de referencia. Cuando el adversario no las hace públicas o intenta eludir la discusión, hay que recurrir a la ayuda de un abogado del diablo para impulsar dicha discusión.

Frankfurter Rundschau — Última edición

En otoño de 1994 apareció en los buzones de algunos barrios de Frankfurt una «última edición» del diario Frankfurter Rundschau (FR), que tenía un parecido total en el formato, los colores y el montaje con el FR auténtico. El objetivo de las repartidoras consistía en denunciar el racismo diario del FR y en demostrar que una posición de izquierdas-liberal no protege automáticamente de estereotipos racistas en la información (por ejemplo, la llamada «delincuencia extranjera»). La redacción ficticia publicó una larga entrevista del FR con «algunos autónomos para informar —pasando de los típicos titulares

Chumbawamba

«Somos una banda sonora»

Truenos y relámpagos de estroboscopio, y de la nada salen las miembros del grupo musical Chumbawamba, vestidas de niños huérfanos recién levantados de la cama: ropa interior blanca de la recogida de ropa usada. En el transcurso del concierto se van mutando tan pronto en boxeadoras como en taimados hombres de negocios, en bufones, demonios, monjas vulgares o en vigilantes de campos de concentración.

De los altavoces suena un ensamblaje de batería y drumcomputer, entretejido con loops, samples, melodías folk y música infantil, rapping y armonías africanas: «Nothing ever burns down by itself, every fire needs a little bit of help – give the anarchist a cigarette!» (Nada arde por sí mismo, todo fuego necesita un poco de ayuda – ¡dale al anarquista un cigarillo!). A veces se oyen también tres voces cantando a capella: «and we'll never rest 'till the last nazi died» (y nosotros no descansaremos hasta que no haya muerto el último nazi). Por sus estribillos al estilo de himnos, muchas canciones invitan además a unirse a su canto, como, por ejemplo: «I don't believe in a good cop» (No creo en un buen poli») o «We are a soundtrack» (Somos una banda sonora).

Las Chumbawamba son anarquistas profesas. Provienen del movimiento squatter británico y habitan

«We are a soundtrack», entrevista con Danbert Nobacon de Chumbawamba (Leeds). En: Wakefield, Stacy/Grrrt: *Not For Rent. Conversations with creative activists in the UK*, Amsterdam/Seattle, 1995 (Evil Twin Publications), pp. 44-46.

El camuflaje

En muchas prácticas de la guerrilla de la comunicación se plantea la necesidad de perseguir los objetivos con un enmascaramiento que se sirva de las formas dominantes, de medios de expresión o lenguajes estéticos. Estas formas son imitadas para transportar contenidos disidentes. Dichos enmascaramientos no sólo son parte indispensable de la acción en los ⊙ *happenings* y en el ⊙ *teatro invisible*. Los denominamos camuflaje cuando mediante el enmascaramiento se intentan superar barreras de comunicación para confrontar a la gente con un texto o una acción que, de otra manera, evitarían. Nos encontramos, por ejemplo, ante una forma de camuflaje cuando un grupo de músicos anarcos, ⊙ *Chumbawamba*, combina pop comercial y melodías pegadizas con textos abiertamente anarquistas: «Give the anarchist the cigarette. Every fire needs a little bit of help...» (Dale al anarquista el cigarillo. Todo fuego necesita un poco de ayuda...). Al principio sólo se percibe la forma ingenua y fácil de la música; sirve de enmascaramiento para un texto de contenido nada ingenuo. Algo parecido ocurre cuando grupos de izquierdas imitan el diseño formal de los medios burgueses o de otras instituciones para comunicar a través de este enmascaramiento su propio texto. La «Última Edición» del diario *Frankfurter Rundschau* sería un buen ejemplo de tal planteamiento.

Chumwamba

A menudo, sin embargo, existe el peligro de que tales camuflajes sean utilizados

Frankfurter Rundschau — Última edición ...

sensacionalistas— a nuestros lectores y lectoras sobre la motivación de estos grupos». Los editores de esta edición especial hacían además una autocrítica: «Nosotros no nos hemos dedicado a la información, sino a la manipulación». Con la afirmación: «Nosotros —el FR como parte del paisaje mediático— somos una parte del problema en relación con el racismo», hacían un análisis del racismo muy inusual en los medios de comunicación. Con este camuflaje los grupos implicados utilizaron los hábitos estéticos de las lectoras del FR para llegar a más gente con informaciones y opiniones sobre el racismo diario en los

juntos una casa antes okupada en Leeds. Dicen de su propia música: «La gente está en contra de su mierda de vida, y pueden celebrar o utilizar el arte como medio de expresión para sus sentimientos». Haciendo referencia a leyendas musicales de allí, como los grupos Gang of Four, Delta V y sobre todo Mekons, que unían desde finales de los años 70 cada vez más contenidos y formas de vida radicales con formas musicales de fácil aceptación, los Chumbawamba están metidas desde 1982 en muchas luchas políticas en Gran Bretaña; tanto en la lucha contra la «poll tax» como en el movimiento antifascista. Editan una revista —«(sic)/a magazine of dissentertainment/another sexy Chumbawamba Product» [(sic)/una revista para el desentretenimiento/otro producto sexy de Chumbawamba]— con textos sobre Muma Abu Jamal, el control de Internet, sobre las razones más profundas de portadores de bigotes y llamamientos a la crucificación de Sir Cliff Richard, donde apuntan: «Oh and we make records too» (Ah, y nosotros también hacemos discos). Una música de izquierdas, radical y bailable.

http://www.indian.co.uk/chumba/

Cambio de escenario: una mañana absolutamente normal en un supermercado alemán de bricolaje. Aficionados al bricolaje ansiosos por comprar, mujeres que están arreglando su casa y fetichistas de alfombras se entregan a sus pasiones. Sin molestia alguna realizan sus compras y se mueven al compás del hilo musical. (¿Casi?) nadie se da cuenta de que la musiquilla melódica y simple hoy no era la versión de «Yesterday» tocada por James Last, sino

como embalajes tramposos. Eso se debe a la esperanza de que un bonito envoltorio quizás pueda conseguir que las lectoras se interesen por contenidos impopulares. Esta táctica lleva a algunos a presentar sus textos en forma de cómics, manteniendo, no obstante, el estilo usual de las octavillas. Pero el intento de vencer en astucia a los lectores para que lean de una vez estas pamplinas no suele dar resultado, ni siquiera cuando los destinatarios no notan enseguida lo que está pasando. El problema empieza en el momento en el que empiezan a leer (en eso los discursos izquierdistas no salen mejor parados que unos textos de la Biblia disfrazados de comics). La «trampa del embalaje» no sabe aprovechar las posibilidades que yacen en la imitación y la ○ *tergiversación* de las formas dominantes que, por ejemplo, pueden verse en las combinaciones paradójicas y líricas de textos e imágenes tan típicos de los cómics de la ○*Internacional Situacionista*. A pesar de todo ello, el camuflaje puede resultar una eficaz técnica de comunicación. Si se emplea la tensión entre forma y contenido de forma consciente, un camuflaje logrado y con gracia bien puede conseguir su meta; es decir, superar las barreras de la comunicación y ser oído a pesar de la generalizada sobresaturación en cuanto a información.

Frankfurter Rundschau — Última edición .

media. Y a la vez mostraron que el FR naturalmente nunca publicaría dicha información. Aunque este camuflaje era fácil de reconocer como tal, hubo llamadas indignadas a la redacción del FR. El director del FR procuró demostrar serenidad y remitió a la tradición antifascista del diario desde los tiempos de su fundación después de 1945.

que alguien estaba cantando acerca de charcos de sangre de homosexuales asesinados en un retrete público, de anarquistas y bombas de relojería en una estación de tren. «Here comes Chumbawamba!» (¡Aquí llega Chumbawamba!). Pero: «¿Se puede aceptar que un octeto de karaoke de agitación difunda verdades a través de los canales del sistema imperial de mierda?» (la revista musical Spex, nº 6, 1991).

Uno de sus cantantes dijo en un concierto, en una conversación con ○ *Luther Blissett*, que no veía ninguna posiblidad en Gran Bretaña de que se pudiera introducir Chumbawamba en el hilo musical de un supermercado. No obstante, queda la pregunta de si realmente es sólo la barrera del idioma la que facilitaba la recuperación de Chumbawamba como música de consumo fuera de su país. ¿Se trata de un ○ camuflaje que convierte un texto claramente de izquierdas por medio de su «embalaje» simple en algo más fácilmente digerible? ¿O es que se trata de una apropiación subversiva y una ○ tergiversación de música pop estilizada de forma armónica y simplona?

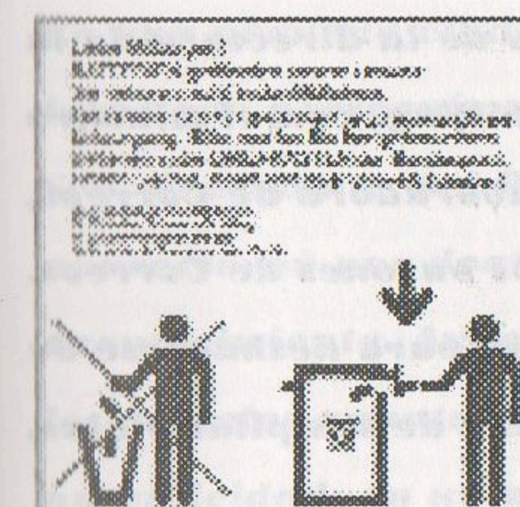
Detrás del ataque del grupo contra el pensamiento dominante, se puede entrever de hecho un concepto de música entendida como Caballo de Troya en el sentido del camuflaje. Es decir, los contenidos radicales pueden ser transmitidos más fácilmente a través de la forma de presentación que corresponda mejor a las costumbres auditivas. Sin embargo, al querer juntar dos cosas que aparentemente se excluyen como el pop comercial y textos radicalmente anarquistas, puede ocurrir lo contrario: los contenidos corren el peligro de perder su agudeza a

Los fakes

La producción de fakes es una de las actividades predilectas de la guerrilla de la comunicación. Un buen fake (falsificación/imitación/engaño) debe su eficacia a la coincidencia de imitación, invención, distanciamiento y exageración. Imita la voz del poder lo más perfectamente posible para poder hablar durante un tiempo limitado, sin ser descubierto, en su nombre y con su autoridad (por ejemplo, mediante la falsificación de documentos oficiales). La autora de fakes, sin embargo, no pretende conseguir en primer lugar un efecto material inmediato o buscar su propio beneficio. El objetivo más bien consiste en desencadenar un proceso de comunicación en el cual –a menudo precisamente por el (intencionado) descubrimiento de la falsificación– se cuestiona la estructura misma de la situación de comunicación falsificada. El fake despliega su eficacia en el transcurso del proceso que sigue a su descubrimiento, en la cadena de desmentidos auténticos o tal vez también falsos, completados a ser posible con nuevos fakes. La producción de fakes se mueve muchas veces en el límite o ya al margen de la legalidad. Aunque la situación jurídica no es tan clara como en el caso de las falsificaciones (engaño, etc.), suelen ser perseguidos por la ley.

No vamos a dar indicaciones concretas de cómo se pueden conseguir cartas con membretes, datos personales, ni tampoco explicaremos el uso de los scanners, fotocopiadoras

Devuelve tus pilas a la empresa Sonnenschein



¡Queridos conciudadanos! Las pilas constituyen un peligro para nuestro medio ambiente. No hay que tirarlas nunca a la basura. Correos te garantiza ahora una perfecta solución del problema. Por favor, echa tus pilas usadas a los buzones de Correos. ¡Colabora con nosotros, en tu interés y en beneficio de tu entorno!

través de una música demasiado facilona, y en el peor de los casos se convierten en una broma divertida, algo a lo que de paso se juega.

Pero la música no es un juego en sí. Nunca puede transmitir un mensaje unívoco; su recepción siempre forma parte de un contexto. Tampoco pasa nada si en algún concierto hay unos borrachos vestidos con cazadoras estilo skin que corean los estribillos del grupo; puesto que existen también muchos grupos de fans que cantan los textos enteros y que consideran los Chumbawamba como una forma de expresión para su rabia y rebeldía que además es divertida. La revista cultural de música pop Spex reflexiona con cada nueva reseña de uno de sus discos también acerca del concepto del grupo, y en algunas emisoras de radios locales se traducen los textos, con el resultado de que las ideas anarquistas se convierten, por lo menos por un momento, en tema de debate más amplio. ⊙

y de los sistemas de edición en láser. Las autoras de fakes siempre han tenido mucha imaginación respecto a su utilización. Aquí más bien se trata de hablar de los efectos de los fakes y de los objetivos que se persiguen con ellos.

La teoría del fake

En las sociedades burguesas de hoy, el poder se ejerce y se legitima en gran parte por medio del discurso. Los fakes intentan alterar este sistema de funcionamiento del poder y dañar su legitimación difundiendo en su nombre informaciones falsas, sutilmente modificadas o simplemente sin sentido. De este modo, se quiere violentar la pretendida naturalidad de los procesos discursivos mediante los cuales el poder se constituye y se reproduce. El fake es un medio táctico que no suele ofrecer proyectos o discursos alternativos. A pesar de ello, posee en cierto modo un efecto esclarecedor-emancipador: demuestra que todo podría ser también muy diferente, que las estructuras del habla y del poder, tal como se le presentan al ser humano, ni son concluyentes ni naturales. En los procesos de comunicación, el fake hace vislumbrar aquel perturbador y potencialmente resistente «otro» de lo existente, que el discurso dominante condena al silencio a todos los niveles, sin conseguir nunca hacerlo desaparecer.

El fake se basa, pues, en la interferencia o subversión momentánea de aquello que

Devuelve tus pilas .

Después de conocerse, a finales de los años 80, las buenas relaciones de la directora de la fábrica de pilas «Sonnenschein» (rayo de sol), la Sra. Schwarz-Schilling, con el ministro federal de Correos y de desvelar que se trataba de una empresa colaboradora de Correos, estas pegatinas tuvieron muchísima demanda y decoraron no pocos buzones de Correos. Parece, además, que no pocas ciudadanas aprovecharon la situación para deshacerse de esta manera de sus pilas viejas.

Foucault, Michel: *El orden del discurso*, Barcelona, 1980.

Foucault llama el «orden del discurso» y que identifica como el elemento esencial del ejercicio de poder. Este orden determina tanto los enunciados permitidos de la comunicación social como también los interlocutores permitidos (⊙ *El Sr. Ministro se dirige al pueblo*). El que cambia disimuladamente al interlocutor rompe las reglas que fijan quién puede decir qué y cuándo, y quién no. Eso resulta especialmente efectivo en situaciones estructuradas por grandes diferencias de poder en las que el nombre y la etiqueta del interlocutor determinan la importancia de su discurso y no la fuerza de su argumentación. El fake hace que las ocultas estructuras discursivas del poder queden de repente al descubierto, puesto que la alteración parece proceder justamente de aquel lado que en el orden del discurso tiene la legitimación de hablar y de ser escuchado. Aparentemente son las instituciones municipales las que envían cartas pidiendo a los ciudadanos que se hagan un test de Sida. El mensaje y el interlocutor varían: por un lado, la ciudadana honrada cree en la honradez de su autoridad pública en lo que a la esfera privada se refiere, por lo que duda de la autenticidad del escrito; por otro lado, sin embargo, es posible que pida hora para someterse al test de Sida precisamente porque confía el control total de la «salud pública» —a pesar de sus dudas— a esta honrada autoridad pública.

La legitimidad de hablar en nombre del poder se consigue mediante la utilización de signos reservados para el poder. Eso pueden ser logotipos como el membrete de una institución, títulos, nombres, pero también el mismo medio utilizado. Tales signos deben garantizar la unidad de autor y texto, esencial para el ejercicio del poder discursivo que, por tanto, queda asegurado por medio de leyes y amenazas de castigo: las instituciones de poder legitimadas son las únicas que pueden disponer de autoridad para pronunciar determinadas exhortaciones. El fake rompe esta unidad. Que eso se percibe como un fuerte ataque queda demostrado por el hecho de que prácticamente todos los fakes, incluso los que se reconocen a primera vista, suelen provocar desmentidos por parte de las personas o instituciones aludidas.

Un fake logrado juega con la atribución de autor y texto. Despliega toda su eficacia justamente cuando ya no es posible construir una relación unívoca entre ambos. En este momento empiezan a oscilar también las significaciones de las declaraciones hechas y se abre la posibilidad de crear nuevas interpretaciones. El principio de la variabilidad interpretativa (⊙ *¿Por qué no me escucha nadie?*) —considerado en los procesos de comunicación convencionales como un factor perturbador inevitable— se convierte en los fakes en el fundamento sin el cual el modo de comunicación del fake no sería posible. El fake no quiere ser entendido literalmente, sino que intenta provocar reflexiones sobre el autor y el contenido del mensaje. Su indefinición, sin embargo, conlleva también que sus resultados nunca sean predecibles con toda seguridad.

La atribulada CDU

En una pequeña ciudad del norte de Alemania, la CDU se convirtió en el blanco de varios fakes que perseguían el objetivo de provocar conscientemente su desmentido. Cuando la Sra. Presidenta del Parlamento iba a inaugurar un espacio cultural del municipio, aparecieron por doquier unos carteles de la CDU anunciando con mucho bombo este acontecimiento. Aunque no cabía duda de que la señora pertenecía a la CDU y que nada en los carteles apuntaba a una falsificación, el comité local se vio obligado a desmentir su autenticidad: en un acontecimiento de tanta envergadura, no se les ocurriría jamás

El fake pretende introducir lecturas subversivas en los textos y en los modos discursivos del poder. Cada fake convincente constituye una negación lúdica del principio estructuralista que dice que «el texto escribe al autor». Pero tampoco es la autora del fake la que escribe el fake: el texto utilizado del poder existe. Es un texto accesible para el autor del fake, forma parte de nuestro lenguaje. El mismo principio del lenguaje permite que la posición de la persona que hace una determinada declaración pueda ser ocupada (por lo menos potencialmente) por cualquier otra. O sea, el tono del poder puede ser imitado también por los que no poseen la legitimación prevista por el orden del discurso. En este sentido, puede afirmarse que el lenguaje es ambiguo y anárquico. El mismo procedimiento que ha transportado los efectos del poder al lenguaje de los individuos y que ha convertido las prácticas del propio lenguaje en instrumentos de ejercicio del poder, ha abierto a las autoras de fakes las posibilidades de la subversión. Como todos conocen el lenguaje del poder, el fake puede tornarse en una práctica cotidiana subversiva. Puesto que el ejercicio del poder tiene lugar a todos los niveles sociales –pues ya no queda restringido a una pequeña élite–, el correspondiente lenguaje es hablado por muchos (a diferencia, por ejemplo, del latín en la Edad Media). Los que mejor dominan el tono del poder son los que se mueven en el entorno o en los márgenes del poder. (En EEUU, por ejemplo, muchos *pranksters* son profesores de universidad.) Por esta razón, el fake más bien representa una forma de actuación de disidentes de la clase media que de los expulsados a la periferia, es decir, los más expuestos a la opresión. El fake tal vez funciona mejor cuando las identidades de los «fakeadores» y de los «fakeados» tienen algo en común (Deleuze/Guattari resumen esto en el concepto de la más pequeña diferencia mínima).

Foucault, Michel: *Microfísica del poder*, Madrid, 1979.

Deleuze, Gilles/Guattari, Felix: *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*, Valencia, 1988.

El hecho, precisamente, de que esta cercanía exista en muchas personas de izquierda quizás sirva de explicación para sus dificultades con estas prácticas. El «fakear» hace necesario tomar conciencia de la multiplicidad de las propias identidades y vinculaciones y poder jugar con ellas. Sólo así es posible agotar las identidades y los fragmentos de identidades de los autores en todo su abanico discursivo. No hay nada más fatal para el fake que la superstición de la vieja izquierda según la cual a una persona de izquierdas sólo le está permitido decir un discurso: EL DISCURSO VERDADERO.

El funcionamiento del fake

El funcionamiento del fake se basa en una paradoja: Por un lado, el fake debería ser lo menos reconocible posible (o sea, la falsificación tiene que estar bien hecha); por otro lado, no obstante, debería desencadenar al mismo tiempo un proceso comunicativo donde quede claro que se trataba de una información falsa (o sea, el

La atribulada CDU ...

importunar a los ciudadanos con una propaganda tan impertinente. Días después, sin embargo, ya no parecía tan importante eso de no importunar: la tarde antes de un acto con un ministro de la CDU, algunos graciosos echaron a los buzones de los funcionarios del partido y de sus vecinos más próximos una octavilla falsificada de la CDU donde se anunciaba que el acto se había trasladado a una ciudad vecina. Los inocentes ciudadanos se sintieron algo irritados cuando la CDU les bomardeó durante todo el día siguiente con coches-altavoces desmintiendo la noticia: «El acto no se celebrará en... Repetimos...»

Il Male A/Traverso

«Es tiempo de seguir viajando, es tiempo de quedarse. Al llegar a las fronteras del reino donde la gente se cuenta las dos historias, al llegar a los puntos de cruce de la separación, donde todos los caminos se dividen, Alicia miró a su alrededor, indecisa sobre qué hacer». A Alice y A/traverso les gustaba ir cogidos de la mano y deleitarse contándose historias.

Un día, Alice contó cómo se había inventado el aikido: se desató una gran tormenta que arrancó todos los árboles fuertes. El único árbol que quedó en pie fue el esbelto abedul, ya que se doblaba según la fuerza del viento. Su juego permanente con el poder animó a una chiquilla a seguir esta misma técnica en el patio del colegio: cada vez que venían las chicas mayores para pegarle, se doblaba, retrocedía y dirigía la fuerza de sus enemigas contra ellas mismas. A/traverso aplaudió entusiasmado: de manera similar también sería posible enfrentarse a la prepotencia de los media dominantes —recoge sus informaciones, sácalas de su contexto y crea a partir de ahí una nueva realidad. No destruyas la verdad del enemigo eliminándolo o enfrentándote a sus afirmaciones. No. Hay que procurar que su verdad entre en crisis.

Mediante llamadas telefónicas, Radio Alice ya había socavado en anteriores ocasiones la invulnerabilidad del orden simbólico de las jerarquías, había preparado a los enemigos el terreno para su autodesmontaje y despertado así a las oyentes de su largo sueño profundo de la confianza ciega. A/traverso, muy listo, convirtió estos pequeños

fake tiene que ser descubierto). En resumen, la fórmula es: fake = falsificación + descubrimiento/desmentido/reconocimiento. Esta fórmula, sin embargo, presenta varios obstáculos para las fakeras.

Un fake que se reconoce enseguida como tal, porque la falsificación está mal hecha, en el mejor de los casos se leerá como una sátira buena; en el peor, como una octavilla pesada. Hoy día, la producción de falsificaciones convincentes ya no representa ningún problema. Bastante más difícil resulta imitar bien el tono y la retórica del poder. Expresiones de la jerga izquierdista, por ejemplo, tendrían como único resultado que las lectoras detecten al cabo de dos frases la autoría.

No obstante, un fake que no se descubre en absoluto como tal es un fake fallido. Y en el peor de los casos duplica y refuerza el discurso de poder que quería imitar. Un ejemplo sería un aviso que indicara entradas diferentes a un edificio público para las personas, según tengan o no pasaporte alemán. Este tipo de fakes, que aparentemente parten de una institución legitimada, suelen colar sin mayores problemas. La gente con pasaporte extranjero lo percibirá como una amenaza real, y su posterior desvelamiento por parte de los autores no cambiará para nada esta percepción. Lo decisivo para el efecto de un fake consiste en la irritación acerca de una situación comunicativa aparentemente clarísima. El objetivo es

AVE para Ludwigsburg ...

Ocurrió en verano de 1995. En la pequeña y tranquila ciudad barroca de Ludwigsburg reinaba gran expectación ante la visita de una eminencia. Se estaba esperando al presidente de China que debía subir justo en la estación de dicha localidad al nuevo y tan elogiado AVE. De esta acción de relaciones públicas, la industria del ferrocarril alemana se esperaba pedidos de miles de millones. En su gira por las tierras de Alemania Federal, el Sr. Presidente se encontró no sólo con recepciones de honor, sino también con varias manifestaciones de rechazo por las permanentes violaciones de los derechos humanos en

cuentos en parte de un grandioso y peligroso plan. Ahora ya no jugaban solamente con la verdad de los otros. La falsificaban y robaban al lenguaje de la política la credibilidad, al hacer borrosa la línea divisoria entre verdad y no-verdad. Es entre el creer y no-creer donde se encuentra el campo de la desconfianza, y fue justamente en este campo donde A/traverso liberó el ⊙ fake. Aquí ya no es posible elegir entre la aceptación o el rechazo. El fake difunde información disfrazada con la vestimenta oficial en la cual habíamos aprendido a creer. Nadie notará que se trata de un duplicado producido en un lugar diferente del presupuesto. El mensaje nos parece auténtico, pero poco a poco nos van entrando dudas. Estas dudas también las había sembrado A/traverso: los signos puestos en órbita provocaron su propio descarrilamiento. La salida de la órbita normal rompió su aspecto natural. El lenguaje oficial resultó desacreditado. La fecha de caducidad del fake, calculada para aguantar poco tiempo, socavaba las medidas de la «objetividad» para crear confianza y desvelaba la subjetividad y la arbitrariedad en la que se basa cualquier información. En una oscura noche sin luna, A/travieso inició a Alice en la parte central de su ataque: concibieron la «Revista de sátira política» Il Male (El Mal). La banda se autodenominaba «Centro para la difusión de informaciones arbitrarias». Una y otra vez consiguieron vender en pocos días más de 100.000 ejemplares con informaciones no verdaderas. Las autoridades estaban furibundas. El eslogan «Informaciones falsas producen acontecimientos verdaderos» se corrió como una madeja a través del fraude y la mentira de innumerables fakes de los periódicos

provocar preguntas sobre un proceso de comunicación. Preguntas como: ¿es posible que esta pregunta provenga de aquel locutor? Si es así, ¿cómo hay que interpretarlo? Si no es así, ¿por qué no? y ¿de quién será entonces? A primera vista, el enunciado es coherente; sin embargo, algo falla, pero ¿qué? Un ejemplo: «Una autoridad exige un comportamiento de carácter antiautoritario. A la gente se le presentan dos opciones: o bien obedece a la autoridad, comportándose de manera antiautoritaria; o bien se comporta de forma autoritaria, no obedeciendo a la autoridad». Tales paradojas tienen a menudo como resultado que la gente se dirija al (presunto) autor. En ocasiones, también ocurre que un fake sólo se hace objeto de discusión pública por la confesión de sus autoras. Eso pasa sobre todo cuando los medios de comunicación han sido las víctimas de un fake, ya que éstos no tienen ningún interés en publicar sus fracasos. Pero por regla general no hace falta una confesión explícita de los fakers, puesto que existe una extraña costumbre que les ahorra eso prácticamente siempre: la rectificación.

SpassGuerilla, Münster, 1994 (Berlin, 1982), p. 116.

Con la rectificación, el poder intenta restablecer el orden alterado del discurso: el «fakeado» toma personalmente la palabra y explica a todos o al mayor número posible cómo ha sido realmente. Quien habla de hecho en el nombre del poder no se fía de que la gente sea capaz de reconocer por sí misma un fake. Los fakers se lo agradecen. Puesto que la

AVE para Ludwigsburg ...

China. De hecho se habían prohibido todas las manifestaciones de crítica al Gobierno chino o, por lo menos, se intentaba hacerlas invisibles. Cuando llegó la escolta con las personas importantes de Ludwigsburg, la mani por los derechos humanos, convocada por las «Juventudes Liberales», quedó relegada a 300 metros de distancia de una barrera formada por las furgos de la policía. Una banda de instrumentos de viento contribuyó además a relegarla a un segundo plano. Un pequeño grupo de valientes manifestantes de los «Amigos del Ferrocarril de Ludwigsburg», sin embargo, consiguió acercarse al ilustre invitado.

más importantes de Italia. Estallaba la Tercera Guerra Mundial, nos visitaban los extraterrestres y un famoso actor fue detenido como cabezilla de las Brigadas Rojas. La verdad es que en aquellos tiempos Alice y A/traverso pocas veces tenían tiempo para ir de paseo. Se habían propuesto grandes proyectos: querían llevar, nada más y nada menos, a la opinión publica al borde del engaño, siempre dentro del orden de lo imaginable —los fakes tenían que ser creíbles, las personas reales y los facsímiles perfectos—. La pérdida de realidad apuntaba al desorden del discurso y a la congestión de la comunicación. Los fakes se hacían eco de los deseos de los lectores y los hacían realidad en un espacio multidimensional de falsas verdades y verdaderas falsificaciones. Provocaban debates apasionados en los bares, conversaciones ardientes en las colas de espera y una vez incluso dieron pie a un verdadero caos de tráfico durante horas : Roma estaba enloquecida por causa de una edición especial del Corriere dello Sport durante los mundiales de fútbol de 1978: «Annullati i Mondiali!» Debido al dopping masivo de los holandeses, que habían eliminado a los italianos en las semifinales, la final tenía que ser repetida ahora con la Squadra Azzura italiana.

En el libro Alicia es el demonio, A/traverso escribió: «Romper la dictadura de la significación, dejar que se expresen la rabia, la locura, la impaciencia y el rechazo. Esta forma de práctica lingüística es la única adecuada de una práctica compleja que rompe la dictadura de lo político, que introduce la apropiación, el rechazo del trabajo y la

rectificación otorga al fake prácticamente un visto bueno oficial. Como estas rectificaciones suelen publicarse en los medios de comunicación, le otorgan además una publicidad que muchas veces sobrepasa su propia trascendencia.

Dado que las rectificaciones se producen prácticamente de forma automática, algunos fakers las hacen servir conscientemente. Ofrecen un buen campo de actuación para determinados fakes. Estos fakes de un nivel más exigente hacen de las suyas jugando con la forma literaria de los desmentidos. En el caso más simple ya consiguen su meta sólo con provocar muchos comentarios sobre la rectificación, aunque todo parezca estar en regla. Tal rectificación puede ser provocada por un fake totalmente inofensivo que no llame la atención de nadie. Resulta especialmente elegante y poco laborioso cuando las fakers logran que los representantes del poder hagan todo el trabajo. Basta con convencerlos de la existencia de un fake ficticio; y si todo sale bien, ellos desmienten algo que nunca se había dicho.

Incluso se ha intentado intervenir con una rectificación falsificada, sin que haya existido anteriormente un fake, partiendo los fakers del supuesto de que la rectificación de una rectificación requería unos peliagudos retorcimientos discursivos. Si los medios transmiten la noticia de que los 1.000 empleados de la empresa XY al final no serán despedidos, todos los afectados se preguntarán qué pasa con estas noticias, si es verdad o no. Así, la empresa se

AVE para Ludwigsburg ...

Celebraron a todo volumen con pancartas y consignas como «AVE para LB» que en su ciudad parara por primera vez tal prodigio de la técnica. Cuando el ministro de Tráfico, el Presidente de Baden-Wurtemberg y el Sr. Yang Zemin se apearon del coche, se repartieron entre el asombrado auditorio hojas de firmas e invitaciones para «una rueda de prensa de los Amigos del Ferrocarril una vez salido el AVE». La policía se quedó mirando con los brazos cruzados cómo se formaba ante sus ojos una verdadera manifestación de jóvenes vestidos de manera fantástica, de punks, de trajeados con mirada «seria» y de otras

colectivización en el comportamiento». A finales de los años 70, el colectivo A/traverso y Radio Alice no se encontraban solos. Trabajadores y estudiantes se apropiaban de la palabra, del signo y de la cultura, y los convertían en el lugar de su lucha por el cambio. Lo realmente peligroso de esta rebelión estaba en el desvanecimiento de los límites en la práctica. Ésta proliferaba por doquier: se producía el encuentro entre personas a las que les habría tocado estar separadas: trabajadores, estudiantes, los ○ **Indiani Metropolitani**, los parados y las demás víctimas del capitalismo con rostro humano que ahora se iba desfigurando en una mueca fea hasta escupir un sistema represivo de control. En el contexto de la lucha contra el terrorismo, se dirigió contra las okupas, los huelguistas, contra el sabotaje y el absentismo en las fábricas, contra todos los desposeídos que ya no tenían nada que perder. El deambular y la agitación se hacían difíciles en aquellos tiempos. A la vuelta de las esquinas acechaban los carros blindados, las manifestaciones estaban prohibidas, se disparaba sobre la muchedumbre. Radio Alice fue cerrada y todo su material confiscado. La caza estatal de un movimiento que nunca había existido como tal condujo a la detención y la condena de miles de militantes trabajadoras y estudiantes, a la persecución sistemática de sus defensoras, al registro de editoriales, al cierre de librerías y tiendas de discos y a la criminalización de profesores y estudiantes. ⊙

Respecto al colectivo A/traverso, cfr. Gruber, Klemens: *L'avanguardia inaudita*, Milán, 1989.

Colectivo Radios Libres: *Alicia es el diablo*, Barcelona, 1981.

verá obligada a declarar que nadie será despedido, o quizás sólo 300 personas, etc.

Se ve que la rectificación es un medio poco eficaz para restaurar el orden discursivo. Incluso ya se han utilizado desmentidos falsos para dar apoyo a una falsificación auténtica. El primer paso fue no hacer nada: no había billetes de transporte falsificados. Luego se publicó el falso desmentido: se desmintió que hubiera habido un reparto de billetes gratuitos para todos los habitantes. Sólo después de este escrito se enviaron de verdad billetes de transporte falsificados... Todo eso podría ampliarse, en principio, hasta llegar a un juego total de declaraciones y rectificaciones falsificadas, a un proceso de simulación completa en el que se desarticulen y se rearticulen una y otra vez los órdenes del discurso.

El desmentido puede aplicarse también como una estrategia de los media de comunicación. Por regla general, los fakers tienen pocas posibilidades de introducir un tema en los medios burgueses, mientras que eso no constituye ningún problema para entidades públicas y otras instituciones. ¿Qué mejor estrategia, pues, que obligarles mediante fakes a divulgar rectificaciones en los medios de comunicación, facilitando así el trabajo mediático a las fakers? En este proceso, los fakers confían en la variabilidad interpretativa, es decir, en que la tematización mediática posibilite por lo menos la lectura por ellos perseguida. Un ejemplo: cuando en los media se dice que no ha habido ningún accidente en la central nuclear XY, esta

AVE para Ludwigsburg .

ciudadanas totalmente normales y corrientes. Presuntamente, no obstante, se trataba de una artimaña maliciosa: como los activistas no tenían ganas de demostrar lo buenos que son, pasaron de todo el tinglado de los derechos humanos y visita de la China y lograron mediante el invento de la asociación de los «Amigos del Ferrocarril» tener acceso a la primera fila. Ahí se comportaron de forma impresentable; se divirtieron a lo grande y dejaron una impresión duradera. Ante esta injusticia, las «Juventudes Liberales» solicitaron en el Parlamento la formación de una comisión de investigación que estudiara estos acontecimientos.

noticia provoca más dudas sobre la seguridad de dicha central que cuando no se publica nada sobre la central. Los especialistas en publicidad conocen un fenómeno similar, pero en el sentido opuesto: cualquier información es buena con tal de que el producto esté presente en los media. Por esta razón no es de sorprender que ellos también hayan descubierto el fake para sus fines. La cadena VOX hacía propaganda de su mediocre serie «Space» divulgando un anuncio «fakeado» titulado: «Una iniciativa popular boicotea Space».

Pequeña tipología del fake

Una tipología del fake puede trazarse según los objetivos que se pretenden conseguir. Existen dos grandes líneas. La primera sería a quién se quiere «fakear», y la segunda a quién va dirigido el fake. En el libro *Dies Buch ist pure Fälschung* (Este libro es una pura falsificación), probablemente la mejor colección de fakes, van clasificados por los temas sociales a los que hacen referencia. A continuación vamos a hacer una diferenciación según los elementos fundamentales del orden discursivo que atacan y cómo lo atacan.

Huth, Peter/Volland, Ernst (ed.): *Dies Buch ist pure Fälschung*, Frankfurt, 1989. Este libro se basa en los fondos del Bremer Archiv G.Fälscht. Cfr. el apartado de Servicios.

Se pueden encontrar numerosas falsificaciones y fakes en la World Wide Web. Bajo «hoax», se encuentra una introducción en: http://www.nepenthes.com/Hacks/index.html

Amenazas y peligros

El poder (del Estado) garantiza la seguridad y el bienestar de todos. Lo maneja todo. Sus instituciones nos protegen de las confusas amenazas y peligros de la vida, de las mareas, del caos, de lo impredecible. La imagen de lo «propio» seguro y poderoso y de lo «otro» amenazador constituye un elemento fundamental de los discursos del poder.

Fue sobre todo en los años 80 cuando un gran número de fakes intentaban hacer tambalearse esta imagen. Posibles catástrofes, amenazas y peligros, considerados en los discursos del poder como imposibles, controlables o inofensivos, se convirtieron en el fake en una realidad simulada: centrales nucleares que reventaban, faltaban búnkers y salidas de emergencia, venenos y peligros acechaban por doquier. El mensaje de estos fakes siempre es el mismo: al contrario de lo que el poder pueda afirmar, no domina en absoluto la situación. Su modo de recepción es: todos saben que la situación es muy grave, y el fake demuestra que es/será aún mucho más grave. En realidad, dichos fakes, que surgieron sobre todo en relación con el movimiento ecologista y pacifista, no cuestionan la estructura fundamental del poder. Aparentemente contradicen la afirmación del poder de que garantiza la seguridad, pero no la idea de que ésa sea su verdadera tarea. Bien al contrario. Expresan el deseo de que el poder cumpla mejor con esta tarea. Justamente este anhelo de una seguridad absolutamente garantizada queda sin cuestionar.

Caos en Osnabrück

Durante la Guerra del Golfo, el Ayuntamiento de Osnabrück estuvo a punto de volverse loco por los numerosos fakes que se embuzonaron. Durante semanas se difundieron de manera «oficial» llamamientos a donaciones urgentes, publicaciones sobre diferentes marcas de máscaras antigás y planes para ampliar el cementerio. Al final, el director general del municipio reaccionó con un escrito: «Aquí se juega de forma infame con los sentimientos de la gente». Anunció que se pondría una denuncia, llamando al mismo tiempo a la colaboración de los ciudadanos en la búsqueda de los malhechores. En vano: este escrito

Alteraciones del orden social

Los discursos del poder son expresión de las jerarquías sociales y, a la vez, su garante. Legitiman las desigualdades. No hablan de la buena vida para todos, sino de rendimiento, mérito y utilidad. El poder protege a las personas trabajadoras y castiga a los holgazanes e inútiles. Y si reparte entre ellas unas limosnas no merecidas, pide a cambio rituales de humillación y sumisión. (Cualquiera que haya frecuentado alguna vez las oficinas del INEM o haya pedido la ayuda familiar sabe perfectamente de qué estamos hablando.)

Sólo en contadas ocasiones el poder parece perder la cabeza y entonces empieza a repartir recompensas y castigos no merecidos: unos ciudadanos buenos y trabajadores reciben unas citaciones incomprensibles para presentarse en las oficinas del INEM, un partido cristiano distribuye entre jóvenes parados unos bonos para ir a comer a restaurantes de lujo, y a todos se les da billetes «gratis» para ir en autobús. Estos fakes tienen dos ejes de choque. Cuando se exige a unos ciudadanos impecables unos trámites inesperados, tras las fachadas de reconocidas instituciones aparecen las máscaras oscuras de las burocracias kafkianas, la cara veleidosa y amenazadora del poder.

En otros fakes, las instituciones reparten de repente unos beneficios inesperados: en 1975 se distribuyeron en Berlín Occidental un total de 120.000 tarjetas falsificadas de transporte público por valor de unos 30.000.000 de pesetas. En 1976, los sin techo recibieron bonos falsificados para comida y la mayor parte los canjeó. Las dos acciones fueron reivindicadas por las Revolutionäre Zellen (Células Revolucionarias). Tales fakes son, en primer lugar, falsificaciones. Quien los hace servir, sabe normalmente muy bien que de ahí no puede esperar ningún beneficio. A pesar de ello, se canjearon los bonos de comida y se utilizaron las tarjetas, y un grupo de jóvenes parados no vaciló en ir a comer a cargo de la CDU (Unión Democratacristiana) al Hotel Kempinski de Berlín (uno de los más caros de la ciudad; N.T.). Las falsificaciones ofrecen una cierta protección para acciones un tanto tenaces y antagonistas. Apelan justamente a un deseo no confesado y reprimido de una parte de las ciudadanas de rebelarse. La excusa «¡Pero si yo no lo sabía!» les da la posibilidad de experimentar un poco de resistencia cotidiana.

ID-Archiv im IISG/Amsterdam (ed.): *Texte und Materialien zur Geschichte der Revolutionären Zellen und der Roten Zora*, vol. 1 Berlín, 1993, pp. 124-126.

Este juego puede a veces conllevar ciertos problemas. El reparto de entradas gratuitas «fakeadas» para un banquete de vips entre gente sin techo puede resultar un tiro por la culata, si una de las personas se presenta en el lugar en espera de una buena cena y el servicio de orden la echa a golpes o si incluso es detenida. El riesgo lo corren no solamente los fakeadores subversivos (por regla general, ya cuentan con esta posibilidad), sino también las personas a las cuales se dirigen los fakes y que, cuando quieren sacarles

Caos en Osnabrück .

estaba también falsificado. Algunos días después, el director general del Ayuntamiento de la vecina ciudad de Münster anunció un curso municipal sobre protección civil. La reacción de la gente fue unánime: ¡Ja, ja! Hasta que el propio director general se presentó personalmente y con la cabeza roja como un tomate ante la prensa para aclarar el asunto: el anuncio no era ningún fake, sino «pura rutina». De verdad.

Al final del milenio y de la Historia, los restos de la izquierda se ven envueltos en desesperadas contradicciones. Parece como si con el fin de los administradores burócratas del sueño revolucionario el mismo sueño revolucionario hubiera perdido su fuerza. Tanto da si parte de la izquierda ha convertido «la patria revolucionaria del proletariado mundial» en su propia patria o si se han instalado en su crítica. Con el ocaso de esta patria desapareció también este imaginario lugar del hablar desde el cual habían afirmado su visión del cambio revolucionario de la realidad. La vieja frase «La izquierda es cuando no estoy en casa» cobra ahora su verdadero significado, o sea, ya no hay patria para esta visión, ni en la realidad ni en la utopía. Y de hecho nunca ha sido de otra manera.

La gente de izquierdas que siempre estaba convencida de hablar desde un lugar seguro, se encuentra perdida al tomar conciencia de este hecho. Había invertido enormes energías en la labor de delimitar este lugar de la verdad revolucionaria, de vallarlo para instalarse en él, construir sobre él una casita acogedora y expulsar de él a todos los demás como renegados. Todos estos esfuerzos se vuelven ahora en su contra: los imaginarios lugares de las verdades intelectuales seguras han desaparecido, y ni siquiera la lectura de las teorías revolucionarias trae consuelo. Bien al contrario. Es como si las obras completas de Marx, Engels y Lenin se les hubiesen atravesado en la garganta y no pudiesen ni escupirlas ni tragarlas.

provecho, suelen ser las primeras en comerse el marrón.

Tales fakes consiguen su efecto comunicativo sólo cuando obligan a las instituciones «fakeadas» a posicionarse claramente, desmintiendo, por ejemplo, que se les pudiera haber ocurrido repartir comida a jóvenes en paro.

El poder como patán

El discurso del poder destaca la racionalidad y objetividad de sus decisiones así como su preocupación por el bienestar común. Muchos ciudadanos, sin embargo, creen que gran parte de los representantes del poder son unos perfectos imbéciles. Por eso se contempla con cierta alegría maliciosa cuando mediante sutiles fakes se consigue que estos personajes se retraten en público como unos patanes. Quien desmiente con insistencia haber dicho o hecho alguna estupidez, sugiere a la vez también: «Pues sí, sí que podría haber sido yo, pero...»

El lenguaje performativo

Hay mensajes que no sólo tienen un aspecto lingüístico-discursivo, sino que también pueden provocar efectos materiales directos. Tales mensajes son denominados performativos. El que encuentra en su buzón una carta de despido o una sentencia judicial, se siente realmente

Para la cumbre «Clima '95»: la nevera a la calle

En los distritos berlineses de Kreuzberg, Neukölln y Friedrichshain apareció una octavilla bien falsificada como reacción irónica a la Conferencia Mundial sobre el Clima '95: «Con ocasión de la Conferencia de la ONU «Clima '95», que tendrá lugar del 28 de marzo al 1 de abril en Berlín, la Dirección General de Urbanismo y Medio Ambiente del Senado de Berlín ha acordado la recogida y el desguace gratuito y bajo el control de especialistas de las neveras fuera de uso». En los días siguientes, este anuncio tuvo su merecido éxito. Se vio que muchas ciudadanas se tomaron la oferta en serio y depositaron «entre el 31 de marzo y

Se ven arrojados a ese no-lugar del que querían escapar a cualquier precio agarrándose desesperadamente a las formas del dogma revolucionario. Al mismo tiempo tienen que reconocer que todo intento de recuperar tierra firme sólo hace patente cada vez más que habían entrado en un callejón sin salida. Siempre que la izquierda cree poder afirmar un lugar firme y tener una identidad segura, recae en la peor recuperación.

Cuando cree poder apoyarse en valores universales, sólo sirve a los viejos y nuevos imperialistas. Cuando espera haber encontrado los verdaderos lugares de la lucha revolucionaria al lado de los pueblos oprimidos de la Periferia, al final sólo resulta una lucha por el derecho de cada oprimido a convertirse también en opresor. Algunos buscan el camino del cambio de la situación al lado de las minorías estigmatizadas de las metrópolis. Hablan de su derecho a la diferencia para luego reconocer que estas diferencias únicamente se convierten en nuevas jaulas, ni siquiera doradas. No obstante, cuando intentan salirse de esta trampa con el discurso de la disolución de identidades rígidas en el juego de las diferencias, sólo recitan mecánicamente la vieja letanía de las liberales habladurías universales en el disfraz multicolor de la postmodernidad.

Y si buscan su salvación en el pasado y se aferran a la verdad inquebrantable del viejo lenguaje del movimiento proletario revolucionario, entonces dan la sensación de un perro que ya lleva tres días royendo el mismo hueso. Sin embargo, si no hacen nada de todo eso y se dedican, en su lugar, al principio de la crítica pura, de hecho no hay nada entonces que les distinga del peor gilipollas burgués.

No existe un compromiso aceptable entre todas estas trampas. Buscarlo significaría probarlas una por una y caer sucesivamente en todas. ¿Queda, pues, únicamente la resignación, la negación definitiva de cualquier idea de un mundo esencialmente diferente?

Llegadas a esta situación, aparece en el horizonte una figura extraña. Su cuerpo está lleno de muchos cuerpos, posee muchas caras. No es masculino ni femenino ni andrógino. El nombre de esta figura es LUTHER BLISSETT. ¿Pero qué significa esta figura?

http://www.pengo.it/luther o http://www.pengo.it/blissett

Muchos que se cruzan con ella se hacen esta pregunta. Muchos se dan respuestas precipitadas. Estas respuestas, sin embargo, no son inútiles, pero demuestran que les falta una comprensión completa. La naturaleza de LUTHER BLISSETT es sutil y no es fácil de comprender. De improviso se sustrae precisamente al que cree haberla captado. Su nombre es SECRETO.

Algunos tienen razón cuando dicen: cualquiera puede utilizar el nombre de LUTHER BLISSETT. Pero de ahí deducen: si un nombre puede señalar a todos, entonces no tiene ningún significado. LUTHER BLISSETT, sin embargo, no puede ser aprehendido mediante una semiología formal. Puesto que LUTHER BLISSETT es la que se mueve entre todos los signos y sistemas semiológicos y que baila con ellos. Otros piensan: si yo soy LUTHER BLISSETT, pero

despedido o condenado, independientemente del discurso que lo envuelva. Hay legiones de representantes del poder ocupados con la formulación y enunciación de expresiones performativas como, por ejemplo: «En el nombre del pueblo», «*Ego te absolvo*» o «Hasta que la muerte os separe». Las falsificaciones que persiguen efectos materiales se basan precisamente en este aspecto de la comunicación. Y el descubrimiento de la falsificación es lo último que el autor desea, puesto que anula no sólo el efecto performativo, sino que puede tener también consecuencias desagradables. Cuando las «fakeras» se sirven de enunciados performativos, no pretenden sólo pasar un buen rato, sino también fines subversivos. Los efectos materiales de los mensajes se producen principalmente a raíz de consentimientos tácitos y solamente en casos excepcionales tienen que ser forzados mediante violencia física. Dichos consentimientos presuponen que los mensajes performativos sólo pueden ser pronunciados por personas legitimadas para ello y que los correspondientes efectos tienen lugar realmente. Mediante un fake y su subsiguiente desvelamiento se intenta dañar esta legitimidad para que pierda su aparente normalidad.

Un ejemplo: si la administración municipal informa a sus conciudadanos con un aviso fakeado de que procederá tal día, por un motivo especial, a recoger los frigoríficos viejos, puede resultar que ese día muchos frigoríficos acaben ciertamente en la calle. Al Ayuntamiento no le quedará entonces más remedio que recogerlos, si no quiere que los ciudadanos lo consideren una tomadura de pelo. En el primer caso, el mensaje performativo habría funcionado a pesar de que proceda de una persona no legitimada. En el segundo caso se habría dañado la credibilidad de la administración pública. Lo típico de la reacción de las instituciones públicas frente a los fakes es que lamenten la «confusión provocada entre los ciudadanos». Para el fakero la semilla de la subversión reside precisamente en esta inseguridad que pone en cuestión durante unos instantes el funcionamiento normal del orden discursivo.

El aspecto performativo de los fakes obliga a las instituciones del poder a restablecer de nuevo el orden discursivo mediante un desmentido, y de esta manera contribuye directamente a provocar el proceso de comunicación deseado por las fakeras. Los atacados se encuentran, por lo tanto, ante una «doble trampa»: por un lado, no pueden pasar simplemente del fake; por otro lado, sin embargo, el desmentido provoca el planteamiento de cuestiones más bien desagradables, la discusión de las cuales posiblemente representa el deseo de los fakers, pero seguramente no el de los atacados.

Para la cumbre «Clima '95»: la nevera a la calle.

el 2 de abril de 1995 los aparatos viejos de forma bien visible en la calle», siguiendo así las instrucciones de la supuesta Dirección General del Senado. Pero estuvieron esperando en vano a que los Servicios Municipales de Limpieza recogieran las neveras, tal como habían anunciado «en los días siguientes en una actuación especial y única». En su desmentido las autoridades reaccionaron, sin embargo, sin el más mínimo sentido del humor. Los de Medio Ambiente y de Limpieza Municipal denunciaron «la acción» como un «posible peligro para el medio ambiente» que recaerá «sobre todos los contribuyentes» (Tageszeitung, 6-5-1995).

El «cathouse» para perros

En 1976 se publicó en el semanario village voice un anuncio de «Cathouse for Dogs» (casa de citas para perros), un establecimiento que ofrecía a los propietarios de perros la posibilidad, desde siempre echada en falta, de regalar en ocasiones especiales una pequeña alegría a sus seres queridos: «Get your dog sexually gratified» (satisfaga sexualmente a su perro). El establecimiento encontró mucha resonancia entre los propietarios de perros, pero también entre la gente que tiene una predilección sexual por los perros. La emisora estadounidense ABC quedó muy impresionada. Hizo un documental

también todos los demás, el poder no me puede identificar. También éstos tienen razón y al mismo tiempo se equivocan. Pues, aunque los perros guardianes del orden burgués no pueden capturar la figura colectiva, los individuos no pueden bajar la guardia: LUTHER BLISSETT no es un escondite seguro. Luego hay otros que se preguntan, dudando: ¿cómo es posible que LUTHER BLISSETT tenga una estrategia política, una identidad clara y una práctica reconocible, si todos y cada una pueden disponer a su gusto de este nombre? Y de hecho es así: para la persona que ha superado esta duda y que puede contestar a esta pregunta, el carácter de LUTHER BLISSETT se manifiesta en toda su transparencia.

Este carácter sólo puede ser comprendido mediante la tensión de la paradoja: LUTHER BLISSETT es la representante de una estrategia global. Pero esta estrategia es una no-estrategia. LUTHER BLISSETT posee una nueva identidad. Pero esta identidad es la no-identidad. LUTHER BLISSETT habita un lugar seguro. Pero este lugar es un lugar sin lugar.

LUTHER BLISSETT no sigue ninguna estrategia que se pueda nombrar o explicar con antelación. Con su nombre múltiple escapa a las fijaciones. Justamente porque adopta una posición que excluye toda coherencia formal, sólo puede existir por la coherencia verdadera que demuestra con su actuación concreta. Nadie puede poseer esta figura múltiple, cualquiera que intente retenerla, se le escapará. Dondequiera que el poder intente atribuirle un lugar o una identidad fija, LUTHER BLISSETT desaparecerá para aparecer, de manera desapercibida, en el mismo lugar o en cualquier otro. Se manifiesta en muchos sitios a la vez, pero permanece a la vez inamovible.

La práctica de LUTHER BLISSETT consiste en actuar en medio de las contradicciones, para superarlas precisamente con esta actuación. Esta actuación no responde a una teoría preconcebida, y aun así es una praxis poderosa de dialéctica negativa. Es coherente, pero su coherencia se manifiesta sólo en el espacio de tiempo de un instante, de la acción. No se puede nombrar y no ofrece garantías, pero sí que permite realizar un discurso sobre ella. Pero lo que no se puede nombrar, sí que se puede mostrar.

Las contradicciones en las que se ve atrapada la izquierda son las contradicciones de esta sociedad, de este mundo. Allá donde la vieja izquierda se deja atrapar, sin esperanzas, en estas contradicciones, donde deambula sin sentido olvidando siempre, por completo, dónde ha dejado la cabeza, LUTHER BLISSET permanece inamovible, como una montaña. Aun así sigue lleno de viva actividad en todo momento y manifiesta su esencia en todas las direcciones. Es una parte de los movimientos contradictorios, sin verse atrapada por ellos. Permanece inamovible en el centro de la tormenta. Es la tormenta. ⊙

El caos comunicativo

El caos comunicativo se produce cuando llega un momento en que resulta imposible saber qué manifestaciones corresponden a qué interlocutor. Con algunos fakes muy bien elaborados ya se ha conseguido alcanzar por momentos tales situaciones. Con el polémico censo de población que se intentó hacer en Alemania, por ejemplo, hubo una interacción a muchos niveles y muy efectiva entre efectos performativos y comunicativos, fakes y desmentidos. El objetivo era claro: provocar desorientación e introducir falsos caminos de comunicación el tiempo necesario hasta que nadie de los implicados supiera ya de qué iba la historia.

La Tercera Guerra Mundial será una guerra de guerrilla de la información
sin distinción entre la población militar y civil
(Marshall McLuhan)

El fake se entiende como ataque al poder, a pesar de que su técnica se parezca al repertorio de los servicios secretos que utilizan métodos de desinformación y falsificación. Justamente para gente que cree vivir en la era de la «sociedad de la información», estas técnicas se han convertido en un medio de guerra, de lucha por el poder. En la Guerra del Golfo se aplicaron masivamente formas de desinformación mediática y extramediática. Pero las semejanzas con un fake son mucho menores de lo que pueda parecer a primera vista, puesto que las falsificaciones de los servicios secretos apuntan por regla general a la información misma. Se pretende que la información falsa influya en acciones del adversario, las provoque o impida, o que sirva para contribuir a cerrar las propias filas. La falsificación realizada por los servicios secretos utiliza los canales de comunicación de modo lineal y sólo sustituye secretamente el emisor por uno falso. No trabaja con la ambigüedad de la información.

A diferencia de la falsificación de los servicios secretos, el fake representa una forma de expresión de las voces sin poder, condenadas a callar por las estructuras discursivas del orden. Como instrumento deslegitimador del derecho a hablar del poder apunta a la propia estructura del proceso de comunicación. En el enfrentamiento por la POSESIÓN del poder, esta forma de crítica fundamental carecería totalmente de sentido. No es casual que las técnicas del fake no desempeñen ningún papel esencial en los conflictos bélicos. Como el fake no intenta ganar posiciones «estratégicas», ni le interesa meterse en las luchas por el poder, puede incluir ya su propio desvelamiento y convertirlo en un arma de subversión comunicativa. Al resistirse por lo menos durante unos momentos al juego del poder, los fakers ganan nuevas posibilidades de ataque, de subversión y de crítica práctica.

El «cathouse» para perros ...

sobre el «cathouse» que fue propuesto para el «premio al mejor documental del año». Aún hoy puede encontrarse la mención de dicha institución en un libro para aficionados a los perros. El fundador del establecimiento, Joey Skaggs, no ahorró esfuerzos en dar a conocer el «cathouse» a los medios de comunicación. Para la presentación pública de la nueva empresa de servicios contrató a 25 actores que exhibieron sus perros sexualmente satisfechos o que presentaron, vestidos de personal del «cathouse», a sus seductoras perras: «Esta es Luba, tiene una preferencia por los dobermans, aún es virgen». Cuando se rodó el documental, Skaggs organizó entrevistas con contentos propietarios de perros y cedió a los productores de la película un vídeo sobre el Cathouse. Una vez emitido el documental y después de muchos reportajes en los medios de comunicación, llegó el gran chasco: Skaggs consiguió otra vez una gran presencia en los media al anunciar: ¡ale, ale, todo era un montaje!

El «cathouse» para perros .

La afirmación subversiva

«... no se pueden cambiar estas situaciones estancadas más que enfrentándose a ellas en sus propios términos. Hay que enseñarle al pueblo a asustarse de sí mismo para darle coraje.»

(Karl Marx, 1843-4: *Acerca de la crítica de la Filosofía del Derecho de Hegel*)

Un procedimiento efectivo para el distanciamiento respecto a formas, mensajes o reglas dadas consiste en usarlas en una situación dada de manera exagerada y, por tanto, de forma «inadecuada». Un ejemplo modélico de aceptación exagerada del discurso oficial es la aparición del Sr. y la Sra. Müller en un programa de debate de la televisión suiza sobre las revueltas juveniles en Zúrich (1980), donde en vez de defender las posiciones del «movimiento», como represenantes del cual habían sido invitados, se dedicaron a exagerar las posiciones de sus adversarios de modo absolutamente grotesco (○ *el Müllern*). Tal «afirmación subversiva» crea con su exageración una distancia respecto a las formas o los enunciados utilizados. La supuesta afirmación se convierte así en su contrario.

Una ventaja práctica de la afirmación subversiva se encuentra en el hecho de servirse de la forma aparente de la afirmación. La crítica expresada de este modo es claramente reconocible, pero no es fácil de clasificar y menos fácil aún es impedirla. Especialmente en situaciones en las cuales se cuenta con contramanifestaciones que podrían encajar perfectamente en el cálculo de la política dominante, la afirmación subversiva puede constituir un método práctico de eludir con poco esfuerzo y mucha eficacia las medidas de seguridad. Un gran abanico de posibilidades para ensayar la afirmación subversiva lo ofrecen las campañas electorales: un aplauso exagerado no es concebido como crítica molesta mientras es entendido como celebración frenética de la persona aplaudida. Pero si se percibe que el aplauso proviene de unas personas «inadecuadas» o que los momentos de aplauso no encajan bien con el discurso, los organizadores del acto pronto considerarán todos los aplausos como falsos. Lo importante de este procedimiento es el estudio de la situación y de las posibilidades que abre. Mientras que en grandes mítines tal vez se puede conseguir que el orador no pueda hablar todo el tiempo que quisiera, en reuniones más pequeñas a veces es posible darle la vuelta a todo el transcurso del acto electoral (○ *El Sr. Ministro se dirige al pueblo*).

El 1 de junio de 1994, el comité «Con Diversión contra el Extremismo del Centro» decidió vitorear a Helmut Kohl durante un acto electoral en «la acción de masas más original y divertida de los últimos años». Aunque los representantes de

«Togo sigue siendo alemán»

podía leerse en unos carteles durante las celebraciones de la CDU de Stuttgart un 17 de junio allá por los años 60. Pero los portadores de dichos carteles no eran miembros de la CDU, sino Jürgen Holtfreter y Peter Grohmann del colectivo de impresores «Druckhaus Wangen». Los dos se habían especializado en la interferencia ingeniosa de mítines anticomunistas. Participaban en tales actividades, llevando consigo carteles que expresaban más claramente las intenciones de los conservadores que los suyos propios. Por ejemplo: «Togo sigue siendo alemán», «La RDA no existe» o «Pena de muerte para los políticos de la renuncia».

las dos grandes capillas políticas ya habían denunciado antes del acto esta «violencia mediante gritos», entre mil y dos mil personas se dedicaron a vitorear al Canciller a gritos y contra la fuerza de la potente megafonía. Se creó una situación grotesca: las partidarias de Kohl se quedaron condenadas a callar, mientras sus adversarias gritaban cada vez con más fuerza. A pesar de que las vitoreadoras no consiguieron dominar la plaza acústicamente, el bando contrario, con toda sus superioridad técnica, tampoco logró imponerse. La afirmación subversiva constituye una buena posibilidad para intervenir en debates actuales y para desacreditar posiciones hegemónicas, y no sólo en los tiempos calientes de las campañas electorales, sino siempre cuando unos acontecimientos políticos crean el correspondiente espacio público para intervenir. En la acción «Acción Pro-OTAN» en julio de 1981, en Hamburgo, las consignas de la «Iniciativa pro amistad germano-americana» y a favor del ministro de Asuntos Exteriores de EEUU, Alexander Haig, fueron: «¿Cohetes de alcance medio? ¡Sí, sí, sí! ¿Guerra nuclear? ¿Por qué no?» o «¿Queréis acaso que los niños rusos vivan eternamente?» Un tanto perdido, sin embargo, se encontró un grupito de partidarias del crucifijo («Iniciativa Pro-Crucifijo») que intentaron, en septiembre de1995, desvirtuar en Múnich un mitin de la CSU (Union Social-Cristiana) y de la Iglesia católica contra la sentencia del Tribunal Constitucional que prohibió la presencia de crucifijos en las escuelas públicas. Aunque disponían de lemas bastante buenos («Jesús, qué cruz», «Juan Pablo II, qué mundo más chungo», «La separación de Iglesia y Estado es una traición», «No estamos todos, faltan los crucificados»), la acción fue un fracaso mediático, a pesar de cierto jaleo que se originó en la plaza, ya que hubo poca gente de apoyo.

ak = analyse und kritik, nº 367, 8-6-1994.

SpassGuerilla, Münster, 1994 (Berlín, 1984), p. 37.

El carácter paródico de la «Acción Pro-OTAN» de Hamburgo resultó demasiado manifiesto y se desveló muy fácilmente, dado el contexto político de 1981 (Doble Acuerdo de la OTAN y movilizaciones del movimiento pacifista). El método del distanciamiento mediante la afirmación tiene más eficacia cuando provoca una percepción oscilante, es decir, cuando la exageración resulta lo suficientemente obvia como para irritar y desorientar, pero al mismo tiempo permanece tan oculta que no pueda ser claramente atribuible a nadie e identificada. Tal procedimiento conlleva el riesgo de convertirse fácilmente en su contrario: cuando el carácter del distanciamiento no es captado, toda la acción queda en una mera afirmación de las relaciones dominantes. Escojamos un ejemplo fácil de la vida cotidiana: cuando un hombre se presenta de manera exagerada

«Togo sigue siendo alemán»: mediados de los años 60



como macho, el riesgo de que esta autoescenificación no sea percibida como ruptura es muy elevado, ya que se puede considerar como una forma nada extraña de un modelo corriente. Del mismo modo se puede decir que la afirmación exagerada de la feminidad que escenifica una mujer sólo se convierte en subversiva cuando se produce en el marco de una pareja lesbiana (⭘ *crossdressing*)

Por tanto, en la mayoría de los casos no basta con exagerar simplemente un comportamiento «normal»: el distanciamiento queda más patente cuando a la vez actúa una persona falsa o cuando la acción se refiere a un objeto equivocado. Unos policías que se concentraban delante del Ayuntamiento de Nueva York para pedir un aumento de sueldo se encontraron con la situación de que unos jóvenes más o menos cercanos a los ⭘ *yippies* simulasen indignarse por la manifestación y les increparan con gritos al uso como: «Volveos a Rusia, hippies» o «Buscaos un trabajo» o «A ver si os bañáis». La opinión según la cual los manifestantes son unos perezosos desaliñados y que sería mejor que trabajasen como cualquier persona decente está ampliamente extendida. En este caso, sin embargo, los insultos provenían de los que normalmente suelen ser los insultados, y los guardianes del orden que se manifestaron eran ciertamente las «falsas» víctimas. Nos encontramos en este caso con una «inversión simbólica»: al igual que con el aikido, con la afirmación subversiva se trata de aprovecharse de la fuerza del adversario para la acción propia, en vez de atajar el ataque a la manera de un cowboy con un puñetazo.

Yippies

Estrin, Marc (ed.) *Recreation. Some Notes on What's What and What you might be able to do about What's What*, Nueva York, 1971, y Kohtes, Martin Maria: *Guerilla Theater. Theorie und Praxis des politischen Straßentheaters in den USA (1965-1970)* Tubinga, 1990, pp. 167 y. 271 s.

El distanciamiento mediante la afirmación subversiva se basa, pues, en el hecho de que haya personas falsas que hacen lo «correcto», o en que lo «correcto», es decir, lo normal, lo esperado, se produzca en el momento falso o en el lugar falso, o sea, inadecuado. Durante el mitin a favor del crucifijo en las escuelas del Comité Central de toda Baviera, una pareja islamista del grupo «Al Dschîhad» se puso a repartir octavillas. Su texto apelaba a la base fundamentalista común de todos los creyentes. Se solidarizaban con la «justa causa del pueblo bávaro» y se expresaban en contra de la separación de religión y Estado. Esta acción provocó un buen barullo. Mientras que unos veían en su presencia una provocación misionera islamista y la querían solventar a lo bávaro, es decir, a hostias; otros los protegían diciendo: «Pero si están a favor nuestro».

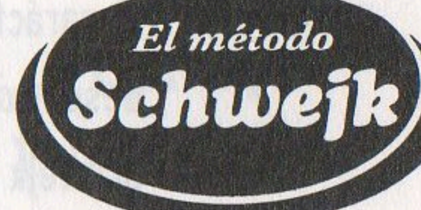
Gruber, Klemens: *L'avanguardia inaudita*, Milán, 1989.

La afirmación subversiva tiene unos efectos parecidos al

Cfr. Watzlawick, Paul/Beavin, Janet H./Jackson, Don D.: «Paradoxe Kommunikation». En: los mismos, *Menschliche Kommunikation*, Berna/Stuttgart/Viena, 1985 (1969), pp. 171-212.

«Todos hablan del tiempo. Nosotros no». SDS – Sozialistischer Deutscher Studentenbund

1968. En la Academia de Bellas Artes de Stuttgart se había fundado una sección de la SDS (Alianza de Estudiantes Socialistas de Alemania). Ulrich Bernhard (Zwiebel) quería hacer un cartel para la SDS. Sirviéndose del cartel publicitario de los ferrocarriles alemanes «Bundesbahn», donde se podía leer: «Todos hablan del tiempo. Nosotros no. Viaja con la Bundesbahn», y unas cabezas que había recortado de otros lugares hizo un collage. Creó así el famoso cartel «Todos hablan del tiempo. Nosotros no. SDS» con las cabezas de Marx, Engels y Lenin. En un primer momento, los líderes de la SDS de Stuttgart quedaron consternados.



Schwejk, el idiota oficialmente reconocido, sólo hace lo que le dicen. Su superior le hace saber que es un idiota, y Schwejk saluda a partir de entonces con las palabras: «¡Soy un idiota!» Justamente por su deseo absoluto de servir a su majestad el Emperador «hasta el último suspiro», hace temblar los fundamentos del Ejército del Imperio Austro-Húngaro.

La figura literaria de Schwejk fue creada por Jaroslav Hašek (1883-1923), un autor checo. Entre los años 1920 y 1923, la novela «Las aventuras del valiente soldado Schwejk» fueron publicadas en forma de fascículos coleccionables en Praga. Tras la muerte de Hašek, en 1923, «el Schwejk» de Max Brod llegó a un público literario más amplio. Con esta figura aparece a principios de los años veinte una figura literaria hasta entonces impensable. Se explicaban historias de la vida de soldado de un «héroe desconocido, sin la fama y la historia de un Napoleón», episodios llenos de humor e ironía. En el trasfondo de unas sociedades plenamente militarizadas en la Europa posterior a la Primera Guerra Mundial, la figura de Schwejk significaba una provocación. El adoctrinamiento militar y la disciplina eran vistas como un fundamento necesario e incuestionable del orden establecido. En esa situación aparece, de repente, una figura que llevando el rol del soldado a su exageración absoluta, siempre erra su objetivo y de esta manera lleva hasta el absurdo la disciplina, el orden y la obediencia.

método psicoterapéutico de la «intervención paradójica». En este método, la terapeuta afirma a su clienta tanto tiempo en sus opiniones hasta que ésta no puede más que ver la insensatez de su actuación o de sus ideas. Con esta estrategia comunicativa se rompe con las estructuras usuales de comunicación: la respuesta de la terapeuta difiere absolutamente de lo que la clienta esperaba y de esta manera hace posible que ella misma pueda cuestionar o cambiar su comportamiento (A: «Aquí hay un micrófono escondido», B: «Le aseguro que no es así»; se convierte en A: «Aquí hay un micrófono escondido», B: «Pues, tenemos que buscar hasta que lo encontremos»).

Diederichsen, Diedrich: *Das Madonna-Phänomen*, Hamburgo, 1993.

A finales de los años 70, los ⭘ ***Indiani Metropolitani*** llegaron a un nivel muy alto de destreza en esta forma de intervención argumentativa. Durante una manifestación, los estudiantes gritaban aludiendo a dos políticos corruptos «*Gui e Tanassi sono innocenti, siamo noi i veri deliquenti*» (Gui y Tanassi son inocentes, somos nosotros los verdaderos delincuentes). Esta inversión tuvo un efecto inmediato. Algunos trabajadores que se solidarizaron con ellos, establecieron enseguida la realidad: «Gui e Tanassi sono delinquenti, gli

Brock, Bazon: «Eulenspiegel als Philosoph – Affirmation als Vermittlungsstrategie». En: Brock, Bazon: *Ästhetik als Vermittlung. Schriften*, Colonia, 1977

«Todos hablan del tiempo. Nosotros no».

«¡Eso no lo podemos permitir !» fue la posición inicial. Preferían un cartel con los retratos de Marx, Che Guevara y Martin Luther King y la frase: «¡Todo lo que piensa es de izquierdas!», y rechazaron el otro. Zwiebel imprimió el cartel por cuenta propia. En los comedores de la universidad vendió en un instante los 50 ejemplares imprimidos a unos colegas que no sabían nada del asunto. En el congreso sobre Vietnam se agotaron también enseguida todos los carteles. La Deutsche Presseagentur (Agencia de Prensa Alemana) publicó una imagen de este cartel publicitario de la SDS. En total se distribuyeron unos 50.000 ejemplares.

El carácter subversivo del valiente soldado Schwejk estriba principalmente en que anuncia a grito en cuello no desear otra cosa todo el tiempo que servir, sin limitación alguna, a la maquinaria social y militar. La capacidad de Schwejk de obedecer y atenerse a las normas al ciento cincuenta por ciento es la condición previa de su método. Él vincula la obediencia al pie de la letra de una orden con una buen porción de artimaña y agudeza, que le permite engañar a sus superiores y hacerles creer que, simplemente, es un idiota. Esto le salva más de una vez de ir a la cárcel, puesto que sólo ha hecho lo que le han ordenado. Su gran punto fuerte estriba en dar la vuelta, invertir y volver en contra las órdenes que le dan sus superiores. Su manera de ejercer la «desobediencia» que, a primera vista, no parece existir, su manera de actuar y pensar siempre al límite de lo permitido, su comportamiento con «la tropa» y su táctica de comunicación con doble sentido lo convierten para sus superiores en una auténtica úlcera de estómago.

El «método Schwejk» se basa en una mezcla de «descodificación disidente» y ⭘ afirmación subversiva. La importancia de esta figura literaria estriba, sobre todo, en que llevó el militarismo al absurdo y mostró cómo las virtudes del soldado, y los valores y planteamientos morales a ellas asociadas, pueden convertirse en inservibles para los detentadores del poder. ⭘

Eco, Umberto: *La estructura ausente*, Barcelona, 1999. Y Hall, Stewart: «Encoding/Decoding», en: Hall, Stewart y otros (eds..): *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies 1972-1979*, Londres, 1980.

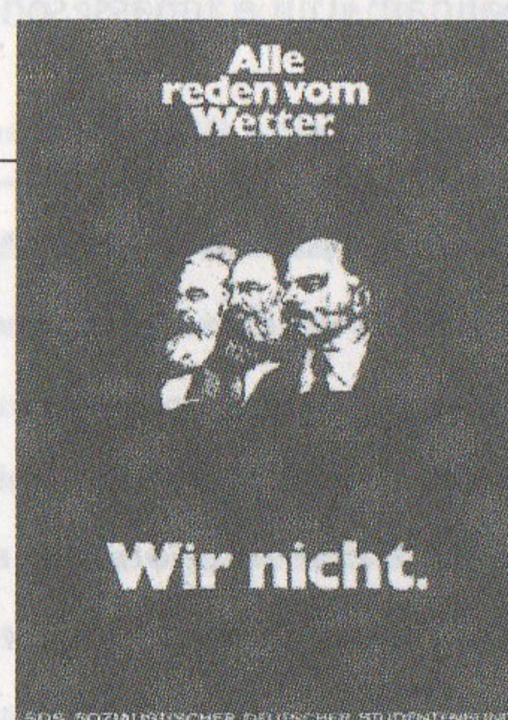
studenti sono innocenti» (Gruber, 1989, p. 119). Otra reivindicación lapidaria y profética era: «Meno salario piu orario!» (¡Menos salario y más horario!).

El método de la afirmación subversiva se ha teorizado hasta hoy sobre todo en el contexto del arte y de la música «pop». Diedrich Diederichsen habla en relación con Andy Warhol y Madonna de «subversión afirmativa». Para su idea de una «estrategia de la afirmación», o bien de la «revolución del sí», Bazon Brock traza un hilo conductor desde ⭘ *Eulenspiegel*, el Capitán de Köpenick y ⭘ *Schwejk* hasta diferentes prácticas artísticas del presente. Una práctica política de la afirmación subversiva, no obstante, tiene que reflexionar más que el ambiente artístico acerca de las posibles ambivalencias de sus acciones cuando juega con la exageración de posiciones dominantes. Lo que se dice de la sátira, a saber, que puede ser recuperada rápidamente por la realidad, es válido también para la exageración: algo que hoy nos parece inimaginable, mañana puede ser pura verdad.

Eulenspiegel

Brock, Bazon: «Strategie der Affirmation. ‚Besetzung' und ‚Bilderkrieg' als affirmative Strategien». En: Brock: *Ästhetik gegen erzwungene Unmittelbarkeit. Schriften 1978-1986*. Colonia, 1986, pp. 293-303.

Después



«Todos hablan del tiempo.

El collage es un medio formal desarrollado en el campo artístico (cubismo) y que originalmente tenía como objetivo romper con los modelos normales de percepción de la realidad. A primera vista ya no se puede distinguir entre lo pintado y los objetos pegados. Los objetos y materiales son puestos en un contexto nuevo, y a través de su utilización inusual y una reinterpretación son privados de su significado original. Al mismo tiempo se transmiten a la obra artística significaciones y asociaciones «externas».

El collage destruyó las convenciones tradicionales de la pintura y el dibujo. Trabaja con el ensamblaje de lo disperso y casual, con la introducción de partículas de realidad en los cuadros (por ejemplo: pedazos de papel con fragmentos de palabras, trocitos de tejidos o de madera). En la literatura se pretende que las técnicas del collage produzcan una poetización de lo desigual y dispar, de lo que en principio no encaja. Lo importante es que los elementos utilizados compongan una creación semánticamente (contextualmente) ambigua.

Especialmente en relación con el dadaismo (⭘ *dada*, superdada, maodada), la «Belle Époque de la negación», la utilización de esta técnica de ⭘ *distanciamiento* puede ser descrita como un intento de «insurrección cultural». La creación de collages demostraba para los dadaístas su rechazo del arte establecido.

Spies, Werner: *Max Ernst und die Collage*, Colonia, 1988, pp. 11 ss.

Oponían a la idea dominante de la genialidad del artista el concepto de una poesía de lo casual, que ya no necesita de un genio, sino que se creaba prácticamente por sí misma. Los surrealistas experimentaron creando nuevos e inesperados contextos de significación mediante el ensamblaje de elementos decorativos recogidos por intuición. Partían de la idea de que el potencial creativo del inconsciente podía salir a la luz mediante las técnicas del collage.

En el ámbito de las artes plásticas –al contrario que en el del (foto)montaje–, la técnica del collage, por regla general, no ha sido considerada como un medio político. Hoy día nos cuesta creer que la policía cerrara en abril de 1920 temporalmente una exposición dadaísta en Colonia, en la cual participaban Hans Arp, Max Ernst y otros. En la actualidad, los collages forman parte de las clases de arte en las escuelas, de las terapias ocupacionales o de talleres de creatividad, donde se arrancan de revistas de moda y de catálogos de compra imágenes de coches, mujeres y publicidad de cosméticos para pegar siempre las mismas combinaciones sobre cartulinas de colores. A pesar de la apropiación del collage para el rinconcito de la autoexperimentación, sigue existiendo un potencial subversivo en este método de sacar fragmentos de contextos diversos y de crear, mediante su combinación, nuevos contextos de significación. Los collages facilitan, por ejemplo, la

Antes



«Todos hablan del tiempo. Nosotros no.»

posibilidad de oponer a las declaraciones impresas de políticos o instituciones unos textos e imágenes capaces de convertir sus autorrepresentaciones en lo contrario, de reventarlas y deslegitimarlas.

Mientras que el collage trabaja con la estética del azar, las técnicas del montaje están determinadas por el objetivo que se quiere conseguir y por formas de agitación política conscientemente escogidas. Uno de sus representantes más importantes ha sido John Heartfield, que provenía del movimiento dada berlinés. Sus trabajos, explícitamente políticos y dirigidos sobre todo contra el fascismo, se basan en la combinación de fotografías, textos y elementos gráficos. El fotomontaje servía a los dadaístas berlineses como forma artística para expresar su crítica política, y una de sus materias primas eran fotos sacadas de reportajes políticos de revistas.

Los montajes, sin embargo, no se limitaban a los trabajos gráficos, sino que se utilizaban desde los años 20 también en el teatro político y en el cine (Eisenstein, Vertov, Brecht, Piscator). Uno de los que más renombre ha adquirido en los últimos 30 años con esta técnica ha sido el grafista Klaus Staeck. Y no son pocos los guerrilleros de la comunicación que han recurrido a esta técnica. Hay que decir también que las actuales posibilidades técnicas permiten hacer unos montajes mucho más exactos y prácticamente ya no reconocibles como tales. La utilización de estos montajes se tiene lugar sobre todo en el ○ *subvertising*, con el que trabaja, por ejemplo, la revista ○ *Adbusters*. Las ○ *invenciones* y los ○ *fakes* se basan muchas veces en técnicas similares.



McDonalds Nation, *Adbusters*, nº 27, otoño 1999.

La tergiversación o reinterpretación

Por **tergiversación o reinterpretación** entendemos un método de ○ *distanciamiento* que cambia la manera de ver objetos o imágenes generalmente conocidos, sacándolos de su contexto usual y poniéndolos en un contexto nuevo, inusual. Este método, conocido en la cultura pop como «*sampling*», se utiliza en el ámbito visual normalmente a través de ○ *collages o montajes*, que en la actualidad suelen realizarse por ordenador. Pero se pueden tergiversar también conceptos o frases. Una forma muy conocida de tergiversación es la parodia en la que se saca la estética o el contenido de su contexto original y, con el fin de criticarlo, se le introduce en otro contexto, cambiando de este modo su sentido.

Debord, Guy-Ernest/ Wolman Gil J.: «Gebrauchsanweisung für die Entwendung». En: Ducasse, Isidor (*Lautréamont*): *Poesie*, Hamburgo, 1979, pp. 5-15.

La teoría de la tergiversación fue definida por primera vez en 1956 por los situacionistas (○ *Internacional Situacionista*): «La creación cultural que se puede denominar situacionista empieza con los proyectos del urbanismo unitario o con la construcción de situaciones en la vida, de manera que sus realizaciones no se pueden separar de la historia del movimiento de realización del total de las posibilidades revolucionarias contenidas en la sociedad actual. Sin embargo, en la acción inmediata, a realizar dentro del marco que queremos destruir, ya es posible actualmente hacer un arte crítico con los medios existentes de expresión –desde el cine hasta la pintura–. Este procedimiento ha sido resumido por los situacionistas a través de la teoría de la tergiversación».

Respecto a los situacionistas y las nuevas formas de acción en política y arte, cfr. Debord, Guy: «Informe sobre la construcción de situaciones», *Internationale Situationiste*, Madrid, 1999.

Tanto personas individuales como grupos de artistas con una actitud crítica hacia el arte han utilizado la tergiversación como método de distanciamiento. Famosos se hicieron los *ready mades* de Marcel Duchamp; pero Joseph Beuys procedía a menudo de manera similar. En este lugar hay que mencionar también el «plagiarismo», el cual no sólo se sirve de ideas y textos de otros como propios, sino también de imágenes y fotos sacadas de su contexto original.

Mientras que las tergiversaciones y cambios de sentido en el campo artístico tienen como fin desvelar mediante la musealización de objetos banales y cotidianos lo cuestionable de las teorías del arte; los situacionistas se servían, en cambio, de formas de la cultura popular, del diseño cotidiano y de la publicidad para vincularlas con análisis políticos. Consideraban, por ejemplo, los cómics como una forma adecuada de expresión de la sociedad y procedían a sacarlos de su contexto usual –la literatura de entretenimiento barato– para llenarlos con un contenido nuevo. En *El proletariado como sujeto y como representación*, una belleza vestida con todo lujo instruye a otra persona, reconocible como héroe por su pelo corto y su mandíbula pronunciada, acerca de la situación del proletariado, la conciencia ideológica

De patriotas a traidores de la patria

Un grupo fascista de Noruega había convocado una junta constitutiva para un nuevo partido local, el «Partido de los Patriotas». En este encuentro estaba previsto que los miembros hablaran sobre las metas del nuevo partido. Allí se reunieron también adversarios antifascistas del proyecto para interferir el encuentro; pero cuando vieron que tenían la mayoría, cambiaron de táctica. Participaron en las votaciones y consiguieron elegir una nueva presidencia. La mayoría impuso un gran número de reglas diferentes y cambió el nombre del partido por «Partido de los Traidores de la Patria». El nuevo programa del partido era estrictamente antirracista y todos los miembros presentes tenían que cantar canciones antirracistas. La policía, llamada por los fascistas, se negó a intervenir, ya que todo se había desarrollado de manera legal.

De patriotas a traidores de la patria .

BfM — BÜRO FÜR UNGEWÖHNLICHE MASSNAHMEN

«Cuando los políticos se sirven de medidas cada vez más infames y los hechos así creados proyectan su deprimente sombra sobre nosotros, es tarea del arte poner esta política en ridículo y recuperar para los seres humanos la risa, lo sublime, las ganas de vivir y la fuerza de la resistencia [...] El arte y el teatro como operaciones públicas; como puesta en escena de nuestra imaginación; como manifestación de realidades que claman un cambio. La fantasía como motor de la crítica y el cambio, ésta es la esencia de la "Oficina de Medidas Insólitas".»
(autopresentación, citada en «De Schnüss», nº 5, Bonn, 1988)

Desde 1987, la Oficina de Medidas Insólitas actúa en Berlín en la zona gris entre el arte y la política. El núcleo central de su planteamiento es el arte de la acción política y los «montajes reales» en el espacio público. Sus miembros provienen de un grupo de artistas, diseñadoras y autodidactas del barrio de Kreuzberg. Se juntaron en el año 1977 para proporcionar más chispa, más gracia y creatividad a los carteles, las campañas y las acciones de la izquierda. Con el tiempo, la labor del grupo se fue desarrollando desde trabajos de colaboración y maquetaje hasta la concepción de acciones completas («diseño de manifestaciones»).

construida por la clase burguesa y las exigencias de la revolución. Al final del episodio, el guapetón viril ha captado algo acerca de la sociedad de clases, del espectáculo del no-vivir y de la relación entre lo visible y lo esencial del proyecto revolucionario.

Mediante la tergiversación de imágenes, conceptos y textos de la estética hegemónica o de los discursos del poder es más fácil mostrar y deconstruir abiertamente su función ideológica, muchas veces encubierta, que a través de textos analíticos bien elaborados. Por ello las tergiversaciones resultan ser un medio eficaz para dejar en evidencia en toda su arbitrariedad la construcción social de categorías como, por ejemplo, la de género (➲ *textual poachers*).

Frente a la tergiversación y el cambio de sentido utilizados de manera consciente, existe una forma popular de apropiación de las estructuras hegemónicas. Según explica Michel Certeau, la vida cotidiana de todos los individuos está determinada por permanentes apropiaciones y cambios de uso momentáneos de lo dado, trátese de la forma de consumir, de la elección de los caminos por la ciudad o de la utilización de la así llamada alta cultura. Eso nos hace suponer que la tergiversación y la reinterpretación son procedimientos efectivos precisamente porque responden a la forma de proceder cotidiana con los hechos sociales y presentan un paralelismo con los mismos.

De Certeau, Michel: *Arts de faire*, París, 1990.

Sanssouci — Floraglittus veg. epidermica

«Las normas son las normas», opinaban la mayoría de las visitantes que invadieron a centenares el parque del palacio de Sanssouci y que habían entrado con fundas protectoras esterilizadas sobre sus zapatos normales, ofreciendo un extraño espectáculo. Su sentido del orden les hacía seguir una circular con instrucciones de la administración del parque, según la cual sólo se podía entrar con tales fundas. A tal fin, se habían puesto a su disposición 1.000 pares de fundas de plástico de las que se llevan normalmente en los quirófanos. Se agotaron enseguida. Esta acción de la «Asociación para

En 1987, por ejemplo, se inventaron carteles-diapositivas que se proyectaban sobre las paredes para protestar contra la liberalización de los alquileres. Participaron con acciones en el Metro también en las iniciativas de boicot al censo de población.
Con motivo de la visita de Reagan, en verano de 1987, la policía acordonó herméticamente el distrito de Kreuzberg. El barrio SO 36 (entonces la parte más «conflictiva» de Kreuzberg) entró así al completo en «prisión preventiva». Pocos días después, el día 17 de junio, el Senado de Berlín recibió la correspondiente respuesta. En el puente de Kottbus se inició un espectáculo satírico: la construcción de la «barrera de defensa antiKreuzberg». Delante de esta barrera posó un recién nombrado Senador para Asuntos Interiores y Arquitectura vestido de frac y sombrero de copa. A los perplejos transeúntes se les explicó: «Queridas Berlinesas y queridos Berlineses, no vamos a tolerar que los antiberlineses de Kreuzberg destrocen nuestro hermoso Berlín [...] Por esta razón y visto el contundente éxito del bloqueo de Kreuzberg durante la visita de Reagan, el Senado de Berlín ha decidido en sesión secreta la construcción de la barrera de defensa anti-Kreuzberg». Las iniciadoras de esta acción se vieron metidas después en un buen lío con las instituciones. El Senado les puso una denuncia por infracción de la ley de reunión y por «sospechos del delito de coacción». La acción, sin embargo, no sólo tuvo consecuencias judiciales: otro fruto de ella fue la fundación de la «Oficina de Medidas Insólitas».

Cfr. tamb. «Die sanfte Kunst des Umdeutens» En: Watzlawick, Paul/Weakland, H. John/Fisch, Richard: *Zur Theorie und Praxis menschlichen Wandels*, Berna/Stuttgart/Viena 1979, pp. 116-134.

La tergiversación puede servir para fines totalmente diferentes dentro del enfrentamiento político. Puede ayudar a desviar los ataques del adversario, a poner al adversario en ridículo y también a divulgar otras lecturas y lecturas «disidentes» de la realidad.

Un medio importante para la comunicación subversiva lo constituye el uso radical de algo que aparentemente está a disposición de todos: el lenguaje. Utilizado de este modo, el lenguaje ya no es sólo un medio de transmisión de las verdades respectivas, sino que el ataque va dirigido contra sus propias estructuras. Puesto que el lenguaje no describe exclusivamente otras cosas, sino que es además una cosa en sí mismo, una estructura de reglas que hay que transgredir, tergiversar y reinterpretar.

Es un sistema de ordenación, «cuyo poder se basa en gran medida en ser aceptado como algo incuestionable». Se trata, pues, de alterar el orden pacífico de los signos para poder llamar la atención sobre este sistema de orden y sus funciones estabilizadoras. Eso significa, en el mejor de los casos, adueñarse de sus espacios vacíos, decir lo no dicho y desvelar al mismo tiempo cómo actúan de manera oculta los vacíos y los silencios en el lenguaje. Tal tergiversación y cambio de sentido agrede los fundamentos

Sanssouci ...

la protección de los palacios y jardines de Prusia» iba dirigida contra el fitobacilo «Floraglittus veg. epidermica», totalmente innocuo para los seres humanos pero muy dañino para la sensible vegetación del parque. El papel rezaba que los visitantes transmitían —por causa de la ola de calor y los altos niveles de ozono— con sus zapatos los bacilos que se encontraban en el firme betuminoso del asfalto. Pero curiosamente se produjo un caos en la dirección superior de «palacios y jardines» por las numerosas llamadas que recibieron al respecto, pues nadie sabía nada del asunto. Resultó que el verdadero autor de la acción no

Prácticas y ocasiones

«Como nuestro relativo aislamiento nos obliga a limitarnos a pocas intervenciones en nuestro entorno material, de gastos reducidos, pero concentradas y efectivas, se trataría pues, en primer lugar, de jugar con las definiciones del espacio y del tiempo, de socavar el sistema simbólico impregnando el espacio urbano con una suerte de diccionario. Localizar o esbozar este diccionario en los objetos y las técnicas es el único proyecto en el que los experimentos con la escritura, la pintura o el cine pueden encontrar hoy día su dimensión revolucionaria.» (Bredlow, Lutz: «Die Dimension der Abwesenheit in der Inszenierung des öffentlichen Raumes» (La dimensión de la ausencia en la escenografía del espacio público. En: *anschläge*, nº 6, Berlín, 1983, pp. 41-46.)

Sniping: signos insidiosos en el espacio público

Los sniper son francotiradores semióticos. No ejercen sus ataques con fusil y teleobjetivo, sino con esprays. Su especialidad es la introducción «insidiosa» y desapercibida de signos y símbolos en el espacio público. Su objetivo es el cambio, comentario, corrección o aclaración de los mensajes (a menudo no explícitos) de carteles, monumentos, señales o similares, o bien el intento de «usar paredes o fachadas aparentemente neutrales para fines ajenos» mediante los graffiti. La mayoría de los ataques de los sniper representan a la vez violaciones prohibidas de la propiedad privada.

La palabra inglesa «sniping» significa también «recortar». La snipera trabaja con diferentes intervenciones gráficas y lingüísticas, a menudo fragmentarias. Se vale del material que encuentra durante sus imprevisibles incursiones en el terreno del «enemigo», en sus espacios y sus objetos. Lo completa o lo desfigura con sus proyectiles semióticos, con fragmentos de textos, símbolos o imágenes. Este procedimiento cambia el sentido (○ *distanciamiento*) del mensaje original y en determinadas ocasiones lo invierte. Mark Dery habla en este contexto de «terrorismo artístico» («artistic terrorism»).

Dery, Mark: *Culture Jamming*, Westfield, 1993 o http:// gopher.well.sf.ca.u /0/cyberpunk/ culljam.txt

¡A que no me pillas! (Bilbao, Gobierno Militar, 1986)





Únete al

BILLBOARD LIBERATION FRONT ○

«Las palomas molestan y merecen la muerte», «A cada uno su propio panel de publicidad». Aunque los miembros de la Billborard Liberation Front (BLF) pocas veces se ponen de acuerdo, todas las activistas del grupo, en funcionamiento desde 1977 en la región de San Francisco, apoyan con un entusiasmo unánime tales reivindicaciones.

Los miembros del BLF provienen en parte del sector del diseño gráfico y en el fondo no son adversarios de los carteles y los paneles de publicidad (billboards). Bien al contrario: defienden que la propaganda no debería ser un medio exclusivo para grandes empresas, sino que todos los individuos tendrían que tener acceso a las superficies de publicidad. Por esta razón evitan en su labor creativa dañar torpemente los paneles. Su estética de trabajo exige más bien una mejora de los paneles publicitarios a todos los niveles. Las intervenciones en el contenido y la estética deben realizarse con suma profesionalidad para impedir que el cambio posterior del anuncio sea reconocible de inmediato.

En la larga práctica de cambios constructivos de superficies de publicidad, las diferentes activistas del BLF han desarrollado con el tiempo predilecciones individuales y capacidades especiales. Se cuenta, por ejemplo, que el experto en drogas del grupo hizo posible una acción poniendo fuera de combate a algunas personas mediante un cocktail y apartándolas de la zona de trabajo. Tienen un experto para ordenadores y su sabotaje, y dos activistas

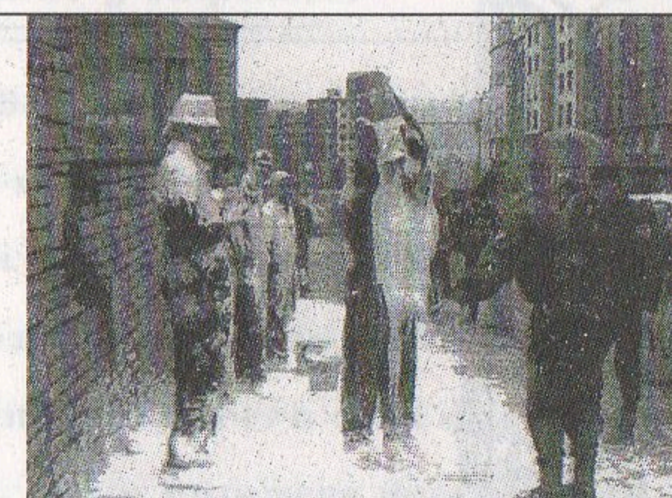
Billboard banditery

Entre los objetivos preferidos de los francotiradores semióticos se encuentran los paneles publicitarios (*billboards*) y los carteles. Al contrario que en Europa, donde se conoce sobre todo la tergiversación de carteles electorales, el *billboard banditery* (bandidaje publicitario) en EEUU, Canadá, Australia e Inglaterra va dirigido ante todo contra la publicidad de artículos de consumo. Allá existe todo un movimiento dedicado a esta práctica. En la revista ○ *Adbusters* se habla de «to correct an offensive billboard» (corregir un panel de publicidad ofensivo). El californiano ○ *Billboard Liberation Front* habla de «midnight billboard operators» y elogia la «Art & Science of Billboard Improvement» (el arte y la ciencia de la mejora de paneles publicitarios). Aparte de la BLF existe también un gran número de diferentes grupos dedicados al bandidaje publicitario; por ejemplo, el Truth in Advertisement (Verdad en la publicidad) de Santa Cruz, el Cicada Corps of Artists o el Artfux de Nueva Jersey. El grupo BUGA UP (Billboard Utilizing Graffitists Against Unhealthy Promotions [Graffiteros que usan los paneles publicitario en contra de promociones insalubres]) ejerce con el espray una crítica emancipadora del consumo. Todos estos grupos, muy diferentes entre sí,

Adbusters

Billboard Liberation Front

¡A que no me pillas! .





que trabajan en agencias de publicidad utilizan el equipamiento de éstas para preparar las «mejoras» profesionalmente. Otros, en cambio, pertenecen a la fracción deportista y, en vez de hablar, prefieren bajar con una cuerda las paredes de un edificio alto para alcanzar los objetos (billboards) de su deseo. Hasta que no se haya cumplido su reivindicación: «Paneles publicitarios para TODOS», el BLF insiste en su derecho a cambiar los mensajes de los paneles de forma imprevista y no querida por el autor original.
Pero el sistema contraataca. En 1994, una agencia publicitaria se sirvió de la técnica de la «transformación» de paneles de publicidad como nuevo método para la caza del cliente. Añadieron a sus propias superficies publicitarias unos graffitis parecidos al estilo de los utilizados por el BLF. La propaganda se dirigía a jóvenes adultos como potenciales compradores de coches. Primero se veía en espray la palabra «hi» (¡hola!) que luego transformaron en «hip» (fantástico) y al final en «chill» (fresco). El BLF decidió defender su método de acción y tergiversó la palabra «hip» en «hype» (flipado) y pegó en la reja del radiador de los coches ancunciados la imagen de una calavera. El portavoz de los BLF comentó al respecto: «No podemos quedarnos con los brazos cruzados mientras que otros copian nuestro método de acción, y menos aún si lo hacen de forma tan burda».

Billboard Liberation Front & Friends: *The Art & Science of Billboard Improvement*, San Francisco, 1990. Véase también Wieners, Brad: *The Billboard Liberation Front's Greatest Hits*, http://www.hooked.net/buzznet/sabotage/lsd/index.html

Adbusters

creen que es posible anular la potencia seductora de los mensajes publicitarios mediante intervenciones adecuadas. Con su crítica de la publicidad «insalubre» se encuentran a veces en compañías bastante extrañas (y quizás no por pura casualidad), que van desde antialcohólicos hasta militantes no-fumadores (➲ *Adbusters*).

Los billboard bandits se sirven de la expresividad de los textos e imágenes en los paneles publicitarios e intentan «invertirlos» mediante añadidos o tergiversaciones apropiadas. Sólo con añadir o suprimir unas letras o palabras es posible convertir un contexto en su contrario: «Go to [S]hell» («Vete a Shell» se convierte en «Vete al infierno»). Con la adición de imágenes o símbolos se intenta desvirtuar o llevar al absurdo el sentido del enunciado de un cartel o un monumento. Mediante viñetas como las que conocemos de los cómics, pueden construirse nuevos contextos, a menudo sorprendentes (una práctica muy utilizada por los ➲ *situacionistas*). La adición sirve muchas veces para difundir mensajes propios como, por ejemplo, cuando durante la campaña contra el censo de población en la RFA se le hace decir al cowboy de Marlboro: «Yo tampoco permito que me cuenten».

Los billboard bandits más experimentados recomiendan limitarse a

Para los anuncios de difícil acceso





El BLF cree que el «arte y la ciencia de la mejora de los paneles publicitarios» puede ser realizado por todo el mundo. En su folleto The Art & Science of Billboard Improvement facilitan descripciones detalladas de las prácticas de embellecimiento utilizadas. El pequeño cuento que narramos a continuación proviene también de dicho folleto. «Aim High! » (¡Llega muy alto!) Érase una vez, hace ya mucho tiempo, que cinco algodoneros de una cooperativa pasaron sus vacaciones en Seattle. De repente vieron un panel publicitario con un avión que se elevaba como un falo y donde se podía leer «Aim High!». Tal meta se pusieron ellos también. Escalaron la superficie de publicidad, la midieron y tomaron pruebas de los colores del texto. Acto seguido dibujaron letras rojas en papel de carnicería, y se procuraron chinchetas y cola. Una tarde, durante la hora punta, uno se colocó cerca del panel publicitario en el puente sobre la autopista, y otro en la entrada de la dirección contraria, los dos provistos con walkie-talkies. Los demás pegaron el papel con las letras en el anuncio. El tráfico era tan denso que seguramente pasarían varios minutos antes de que llegara la policía al lugar. El panel estaba «corregido» al cabo de 15 minutos y nuestros héroes escondieron sus herramientas en un rincón seguro [...]. Después de un día ya habían pegado otra vez el anuncio original encima de la «mejora». Quedó fantástico,... hasta la siguiente lluvia, cuando las letras escritas en papel de carnicería relucieron a través del papel mojado del cartel. Al lado de «Aim High!» (¡Llega muy alto!) podían leerse las palabras: «Blow up the Pentagon!» (¡Vuela el Pentágono!) ⊙

pequeños cambios, porque sólo un cartel poco cambiado sobrevive algún tiempo y porque estos cambios tienen más expresividad y son más rápidos de realizar. Un gran número de estas técnicas ya se aprenden en la escuela y pueden servir quizás como «droga introductoria» en el tema. Una de ellas es el «hitlerizing», o sea, pintar un pequeño bigote cuadrado (como el de Hitler) en las caras de los carteles. Tales «embellecimientos» de los candidatos adversarios son muy corrientes en tiempos de campañas electorales entre los seguidores de todos los partidos, a pesar de ser ilegales.

También es posible que el impulso del sniping surja del asco que dan estas personas tan perfectas y estilizadas de los carteles. La mayoría de gente tiene alguna impureza en la piel, con la excepción de esos caretos estilizados de modelos y políticos. Por eso, los primeros pasos de los billboard bandits consisten a menudo en añadir granos o comedones para devolver un aspecto «natural» a estas caras tan artificiales.

Craig, John: «Adding the Blemish of Truth», En: *Adbusters*, invierno, 1996, pp. 44-45.

Las amigas de un simbolismo más unívoco lo intentan con un vómito de sangre roja que pegan o pintan en la comisura de los labios de personajes demasiado bonitos. Y dos manchas blancas pintadas en las pupilas convierten el modelo además en un bonito zombie.

Alquitranar y emplumar

Desde 1934, sobre un pedestal en el torreón del centro histórico de Marbach, ciudad situada junto al río Neckar, dos guerreros de piedra, en recuerdo a los soldados muertos cuando mataban a su vez, vigilan la entrada de la ciudad. Después de 1945 este monumento de la verguenza permaneció en su lugar. Hasta 1984 no se inició un agitado debate acerca de este monumento de guerra nazi que desembocó, al final, en una acción espectacular. Un grupo de mujeres, hasta entonces desconocido, Blood, Sweat & Teer (sangre, sudor y alquitrán) se responsabilizó públicamente de haber alquitranado y emplumado a los dos soldados. El

El sniping ejercido como *billboard banditry* puede ser entendido como una forma de crítica de la cotidianidad que introduce el ruido en el mensaje propagandístico –como lo exige Umberto Eco–, y que ataca y desmitifica a la vez la posición de poder del que encargó un cartel o una propaganda que sólo se basa en su fuerza económica. Las desvirtuaciones bien logradas ayudan a descifrar significados codificados y confieren a los mensajes cambiados de carteles políticos o de paneles de propaganda un carácter subversivo. Con humor paródico, ingenio lingüístico y tergiversaciones bien hechas se consiguen los mejores éxitos; con insultos y consignas simplonas, en cambio, se pierde toda la fuerza subversiva.

Eco, Umberto: «Per una guerriglia smiologica». En: Eco: *Il costume di casa*. Milán.

Graffiti: «Ellos tienen el poder, nosotros la noche»

Acerca de los muros como zona erógena

Más allá de la corrección de mensajes más o menos explícitos, el sniping puede apuntar también a la ocupación simbólica de espacios que normalmente parecen tener más bien un carácter funcional: muros, edificios, letreros de poblaciones y de tráfico, trenes, señales, etc. Las sniperas saben, sin embargo, que no existe ningún lugar «no-significante». Bien al contrario, un muro liso de hormigón o un tren de metro recién pintado están especialmente cargados de significados. La «okupación» se hace mediante graffitis, plantillas de textos o dibujos, pegatinas, carteles, pancartas o banderas.

Cada intervención con graffitis en el espacio público se realiza –consciente o inconscientemente– teniendo presente que dicho espacio ha sido estructurado a través de la arquitectura y otros elementos de manera que exprese de forma físicamente palpable las relaciones de dominio y poder (→ *lugares y espacios*). Los propietarios y usuarios de las edificaciones determinan conjuntamente con las instituciones burocráticas, planificadores y administradores el aspecto del espacio público. Los propietarios tienen el privilegio de poder configurar individualmente la apariencia de su ambiente, por lo menos en el marco del aburrimiento normal. Los burócratas estatales vigilan las leyes de construcción, decretan normas de construcción, elaboran planos de pueblos, ciudades, caminos. Como representantes de los «intereses públicos» no son sino los administradores burocráticos del aburrimiento ostentativo de las metrópolis.

Los graffitis socavan la idea de lo público que somete la configuración del espacio público a la propiedad privada y a la legitimación burócrata. Los graffitis convierten las superficies de la ciudad en espacio abierto sin ningún discurso privilegiado. La «escritura salvaje» rompe mediante sabotaje estético la hegemonía de los urbanistas estatales/municipales y de las constructoras privadas con respecto a la escenificación del espacio urbano. Visto así, la utilización autónoma del espacio público constituye ya en sí una expresión de sentido. Aquí puede aplicarse la frase de Marshall McLuhan «The medium is the message». Los graffitis son una crítica de la función representativa de la arquitectura y cuestionan el derecho a una fachada no alterada. Al mismo tiempo apuestan por la ocupación simbólica de lugares seleccionados, incluso por la demarcación de territorios.

Thoss, Peter: «Gutachten zur Auslieferung Naeglis». En: *Schweizerische Zeitschrift für Strafrecht*, 1983, pp. 215-225.

Ferrell, Jeff: *Crimes of Style. Urban Graffiti and the Politics of Criminality*, Nueva York/Londres, 1993, p. 176.

Las sniperas a menudo se interesan poco por la importancia social de las superficies que trabajan, es decir, les da lo mismo si se trata de un edificio de despachos, ayuntamientos, vagones de metro, muros de fábricas o puentes de ferrocarril. Los tres puntos que más importan son: 1.- ¿Qué riesgo conlleva pintar con esprays una determinada superficie (exigencias acrobáticas y riesgo de ser pilladas)?; 2.- ¿Obedece el lugar escogido a la necesidades formales (tamaño, estructura de la superficie)?; 3.- ¿Cuánta gente podrá ver el resultado?

Muchas veces los graffitis no tienen un mensaje claro, o sea que sólo son imágenes o «marcaciones» personales, es decir, «tags» que a veces no significan nada más que «ya he estado aquí». Desde una perspectiva política tradicional, esta forma de transformación del espacio público sería considerada más bien apolítica: «Quien sepa exactamente la causa y el fin de su compromiso, querrá comunicar su objetivo con la mayor efectividad posible y debería dejar de lado los esprays, puesto que este objetivo desaparece muchas veces detrás de la obra gráfica. A no ser que sea ésta en sí misma el objetivo». De hecho, el sentido de los graffitis a menudo no se encuentra en primer lugar en un mensaje claro y conciso, sino en la apropiación del espacio público, sea con la intención que sea. Y curiosamente pasa que los graffitis que no transmiten ningún significado expreso, rechazando de este modo la obligación de dar explicaciones y «crear sentido», pueden resultar más provocativos.

Schmid, Joachim: «Graffiti: Das Medium derjenigen, die dagegen sind». En: Kerbs, Dieter (ed.): *Ästhetische Praxis – Politische Praxis. Sonderheft von «Kunst und Unterricht»*, Seelze, 1981.

Las condiciones específicas de la realización de graffitis conducen a veces a soluciones formales muy convincentes: «La presión

Alquitranar y emplumar ...

grupo denunció «la preparación psicológica para la guerra que se perseguía mediante este y otros monumentos parecidos». Unos trabajadores del Ayuntamiento tuvieron que emplearse a fondo para sacar esta «inmensa porquería» (según el diario Ludwigsburger Kreiszeitung) de la piedra. Pero el monumento sigue sufriendo hasta hoy día las más diversas transformaciones. Unos defensores algo especiales de la reunificación alemana anunciaron para el 3 de octubre de 1990 una «voladura» del monumento («Dejemos el camino libre para Alemania»). La acción, sin embargo, se quedó en una ducha con un

Alquitranar y emplumar .

espersor. La policía estaba alerta de la acción e hizo un masivo acto de presencia en el lugar, hecho que fue aprovechado para hacer la tan esperada foto de familia de soldados nazis con policías de la República Federal de Alemania. Pero parece que lo de alquitranar & emplumar traumatizó profundamente a los defensores del monumento. Esta acción irritó a los amigos del estamento militar mucho más que las diferentes pintadas con spray. Utilizan cualquier ocasión para evocar esta «vileza». Se ve que habían entendido muy bien la crítica.

del tiempo, el carácter secreto de la acción nocturna, la limitación de los medios, las particularidades del lugar, todo eso constituye paradójicamente una fuente de recursos para la creatividad. La prisa obliga a no fijarse en reglas estéticas y a ir directamente al grano». Es precisamente la ilegalidad la que convierte los graffitis en muy atractivos para la gente más joven. Ahora queda también bastante claro por qué tienen que fracasar los intentos de interpretar los graffitis como arte. La tendencia a integrar a los que hacen pintadas con sprays como artistas y a poner superficies a disposición de los graffiteros es un claro ejemplo de la política de «la zanahoria y el látigo» y no está en absoluto en contradicción con la represión a veces masiva. En Berlín, por ejemplo, se creó una comisión especial para la persecución de graffiteros, y en Estados Unidos hay gente que acabaron en el talego por el sólo hecho de que los pillaron con el color de piel equivocado, con las bambas equivocadas y en el lugar equivocado haciendo graffitis. Si a ello se añaden además precedentes por robo en una tienda, por ejemplo, eso puede significar en algunas regiones el «out», como en el baseball: «Three strikes - you're out!» (tres golpes y te quedas fuera), es decir que te quedas de por vida en prisión preventiva.

«Thevoz, Michel: Die Mauer als erogene Zone». En: Bianchi, Paolo (ed.): *Graffiti*, Basilea, 1984.

Aunque parezca absurdo, por ejemplo, que el «graffitero de Zúrich» haya sido condenado justo cuando sus «trabajos» ya habían sido admitidos, definitivamente, dentro de los cánones del arte y cuando los ejemplares aún existentes habían sido declarados monumentos públicos, las dos estrategias persiguen el mismo objetivo, o sea, el de evitar el ataque al espacio público mediante graffitis. La realización públicamente legalizada y promovida de graffitis en vallas de solares, como configuración pagada de fachadas o incluso en galerías de arte les quita su efecto subversivo y funciona mejor que cualquier represión abierta.

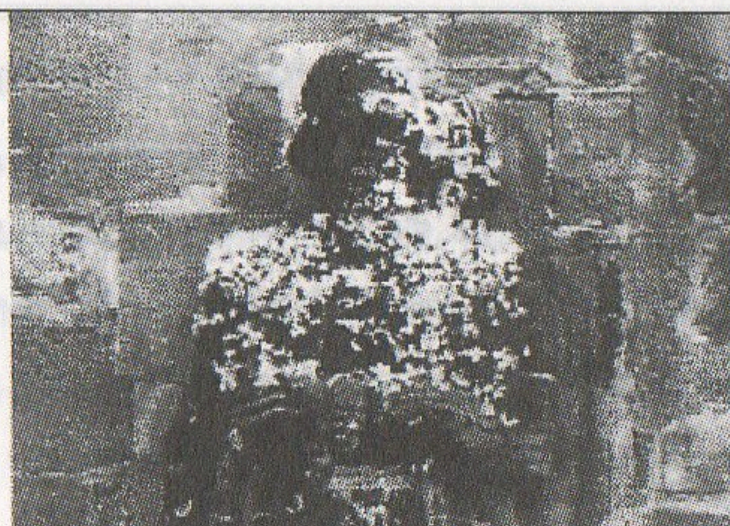
Baudrillard, Jean: «Requiem por los media». En: Baudrillard: *La economía política del signo*, México D.F., 1974.

Y éste es, justamente, el límite de esta forma de arte de graffiti: «Juegan con la arquitectura, pero sin romper sus reglas de juego». Cuando el «Graffitero de Zúrich» caracteriza los graffitis como quizás la primera forma de «arte militante», conoce muy bien la diferencia entre graffitis y arte. Sabe perfectamente cuál es el sentido de los graffitis por encargo: «Aunque las figuras que yo creara por encargo del Estado fueran mejores o, por lo menos no peores, toda la acción perdería su encanto. Significaría su recuperación y neutralización por parte del Estado. Creo que todo graffiti vive de su autonomía». Es por esto que sigue habiendo «writers»

Zürcher Sprayer: *Mein Revoltieren, mein Sprayen*, Berna, 1979.

Cfr. en la parte de Servicios las «Art Crime Sites» de internet.

Hay que ver lo que se puede hacer ...



Conservación de monumentos públicos

Uno de los objetivos preferidos de las sniperas son los monumentos. Se encuentran en prácticamente todas las plazas públicas y son testimonios del poder y de las posibilidades de sus impulsores para representar una determinada manera de ver un acontecimiento o una figura histórica en un espacio público. Los monumentos no encarnan la verdad. Expresan la perspectiva que las observadoras han de adoptar acerca de una figura o un acontecimiento histórico según la intención de sus creadores. Al mismo tiempo pretenden ejercer una influencia sobretemporal. Conservación de monumentos se llama a aquella institución que se cuida de que se mantenga la forma histórica de estos símbolos.

Las observadoras, sin embargo, tienen su propia manera de ver los monumentos. Sus mensajes se cuestionan o se rechazan con el transcurso del tiempo, a veces incluso ya en el momento de su construcción. Oskar Negt/Alexander Kluge se preguntan, pues, «si los monumentos que documentan etapas históricas no deberían ser construidos en versión doble: una versión para documentar un determinado estado histórico –que posiblemente contendrá deformaciones y errores– y otra versión para que la gente la pueda deformar, cambiar y corregir con el curso del tiempo. Es necesario preservar tanto la historia como las divergencias con la historia en los monumentos públicos». Eso, precisamente, es lo que pretenden las sniperas cuando intentan expresar sus discrepancias respecto de la perspectiva de los impulsores de los monumentos mediante diferentes maneras de intervención simbólica, dañando los monumentos o cambiándolos y tergiversándolos mediante la adición de textos o de pintura. A la guerrilla de la comunicación le interesa sobre todo el cambio. No se trata tanto de la destrucción, sino del ○ *distanciamiento* y de la ○ *tergiversación* de los símbolos encontrados. Podemos observar dos formas diferentes de desvirtuación.

Negt, Oskar/ Kluge, Alexander: *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Salamanca, 2000.

A veces basta con añadir una bandera para remarcar la ocupación temporal del ○ *espacio público* o para dotar a un monumento, por lo menos durante un tiempo, de otro sentido. Cuando en 1995 Rifondazione Communista (RC) celebró, como cada año, su fiesta tradicional de una semana en la «Piazza delle Poste» de la ciudad norditaliana de Verona y pusieron una bandera roja con el martillo y la hoz en las manos del héroe nacional y socialista Guiseppe Garibaldi, eternizado allá como estatua ecuestre, intervino inmediatamente la administración municipal exigiendo la retirada de la bandera, puesto que ésta «maculaba el paisaje» (*L'Arena*, 15-9-1995). La sustitución de las banderas que ondean en el Ayuntamiento de Barcelona (26-2-97) y en el Parlamento de Cataluña

... con los monumentos a los héroes de guerra.



SPRAYER

El GRAFFITERO de Zúrich

A finales de los años 70 aparecieron en muros de hormigón, fachadas y paredes de Suiza y de numerosas grandes ciudades alemanas hombres-araña que parecían bailar, esqueletos y ojos de animales suavemente arqueados. Se podían observar figuras extrañas, dibujadas por regla general con líneas minimalistas de espray negro. En cualquier esquina podía aparecer de repente una de ellas y despertar la idea de un misterioso mundo de imaginación en medio de la gran ciudad. En 1979, la policía de Zúrich detuvo al hasta entonces anónimo graffitero y lo denunció ante los tribunales. Antes de la vista del recurso, Harald Naegeli, el Graffitero de Zúrich, se fugó a Alemania. Pero fue entregado a la policía suiza y condenado a nueve meses de prisión incondicional.

En los considerandos de la sentencia de la Audiencia de Zúrich argumentaba: «Durante años y con una desconsideración, insistencia y dureza sin iguales, el acusado ha intentado crear gran inseguridad entre los habitantes de Zúrich y ha querido sacudir su fe en la invulnerabilidad de la propiedad». Esta sentencia no entró en la cuestión de si los trabajos de Naegeli podían ser considerados como actos artísticos. Nos preguntamos, sin embargo, cómo se explica que estas extrañas y entrañables figuras de Naegeli puedan haber provocado unas reacciones tan violentas, sobre todo si se considera que sus graffitis no parecían transmitir ningún contenido político.

Esta forma de ocupación y configuración propia de los espacios públicos constituye un ataque de primer orden a los conceptos burgueses de la propiedad justamente porque no se puede aplicar la excusa de ser expresión de una reivindicación o de un contenido político, sino que se toma el derecho a una transformación estética propia de una superficie sin dar explicaciones (⊙sniping). El mismo Naegeli confirma esta exigencia cuando habla de las galerías y de los museos como «lugares desactivados», donde ya no es posible provocar nada. Al mismo tiempo insiste en no haber destruido nada con sus imágenes, sino de haber añadido, regalado, algo. La condena de Naegeli despertó vehementes protestas; numerosas artistas y políticos (sobre todo socialdemócratas) querían impedir su criminalización con la afirmación de que sus trabajos deberían ubicarse en el ámbito del arte.

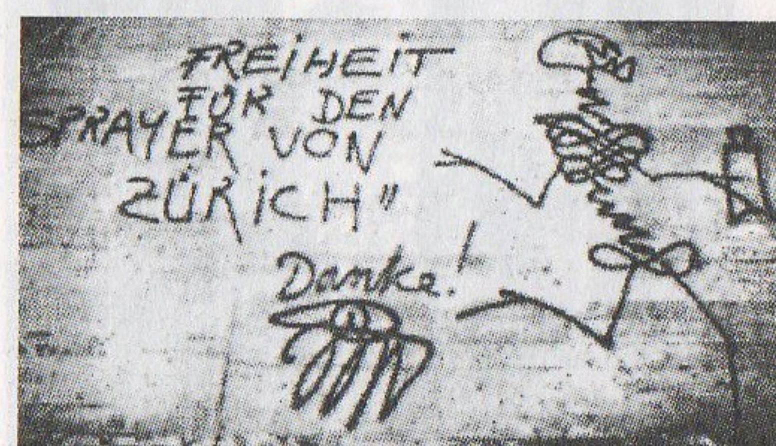
Pero fueron posiblemente estos bienintencionados intentos de salvación los que paradójicamente contribuyeron a mitigar más las intenciones de Naegeli que la persecución judicial. Sus trabajos han entrado ahora justamente en el ámbito de los museos y galerías, es decir, en el ámbito contra el que iban dirigidos en un principio: «Todo cuanto se hace o se dice allí —por más loco que sea— es desactivado bajo el concepto de arte. Es la libertad del bufón que no conoce tabúes» (Müller: 1984, p. 101). A pesar de todos los intentos de recuperación, las figuras de Naegeli en tanto que enfrentamiento con la representación del poder en hormigón, constituían también una anticipación del movimiento juvenil de Zúrich que, a su vez, supo interpretar la importancia de este material como símbolo de dominio con la frase: «Lástima que el hormigón no queme». ⊙

Müller, Michael (ed.): *Der Sprayer von Zürich. Solidarität mit Harald Naegeli.* Reinbek bei Hamburg, 1984, p. 91

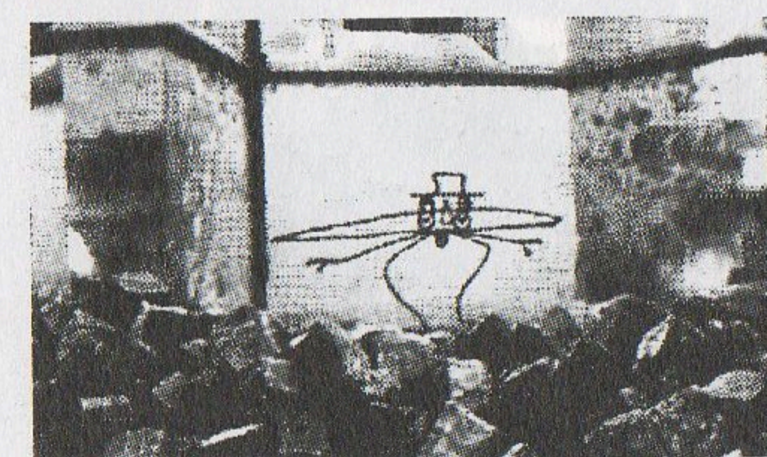
por una bandera negra con el símbolo okupa, ambas acciones realizadas a plena luz del día por activistas del movimiento okupa para reclamar el fin de la represión contra este movimiento, no sólo ponía en cuestión la seguridad de los respectivos edificios, sino que representaban la okupación siquiera simbólica de dos de las instituciones de poder más importantes de Cataluña (⊙ *Ayuntamiento okupa*).

La acción para salvar el monumento a Lenin (de 18 m de altura) del barrio de Friedrichshain, en Berlín oriental, organizada en 1991 por la ⊙ *Oficina de Medidas Insólitas*, se planteó también como un acto simbólico. Las vecinas, pero también la Nueva Asociación para las Artes Plásticas y el partido Alternative Liste (AL) reivindicaban que el Senado de Berlín en vez de ordenar la demolición de la estatua de granito, erigida en 1970, la convirtiera en un «lugar de reflexión», así como la posibilidad de que el monumento pudiera ser cambiado creativamente cada año por un artista diferente: «Al cabo de diez años —y después de varios "cambios"— el monumento podría ser dejado en manos de la naturaleza. La hiedra, la vid silvestre o la espérgula se adueñarían del monumento y en la memoria quedarían múltiples y muy diversos recuerdos...» (comunicado de prensa). Una primera transformación la realizó la misma Oficina con una plataforma elevadora a plena luz del día. Lenin fue decorado con un fajín donde se podía leer la famosa consigna de cuando la caída del muro: «No a la violencia».

Pero todo fue en balde, Vladimir Ulianov fue derribado. Justamente esta línea dura de actuación contra las herencias de piedra del socialismo real demuestra la importancia simbólica que se sigue asignando a tales monumentos. Por esta razón se eligen sobre todo monumentos políticos (de guerras y de reyes o políticos) para hacer comentarios o burlarse de ellos. En junio de 1983 se complementó la inscripción «A nuestros muertos de todas las guerras», de un denominado monumento a los caídos de guerra, con un ligero cambio de palabras: «A todos los muertos de nuestras guerras» (*Bonner Generalanzeiger*, 23-6-1983). El grupo de mujeres Blood, Sweat and Teer (Sangre, sudor y alquitrán) de Marbach actuó en 1985 sin darle tanta importancia a los textos. En honor a su nombre alquitranaron y cubrieron con plumas a los soldados de un monumento de guerra de los nazis, ubicado en el centro de la ciudad. Tales acciones subrayan que lo importante a veces no es el texto, sino la imagen. A veces es más efectivo pintar los monumentos de guerra de color rosa o amarillo fluorescente que ponerles la frase de Tucholsky «Los soldados son asesinos», frase más que cierta en este contexto, pero ya muy trillada.



«Libertad para el Graffitero de Zúrich. Gracias»



Crítica al consumo y a la publicidad

Adbusters, «Journal of the Mental Environment», de carácter trimestral, representa en Canadá y EEUU la punta de lanza propagandística de la crítica contemporánea al consumo y a los medios de comunicación. Es un magazín como Tempo o Wiener dominado, sin embargo, por antialcohólicos, antifumadores y gente que detesta la televisión. El editor es la Media Foundation, fundada en 1988. Adbusters intenta difundir una subversión que sigue los principios del marketing capitalista: «combátelos con sus propios medios». La antipublicidad se dirige en primer lugar contra las aberraciones de la sociedad del consumo: «Ganar luchas medioambientales, culturales e ideológicas y crear nuevos paradigmas es el nombre del juego». Incluso el que considera esta forma del ○ subvertising como problemática, puede encontrar en Adbusters muchas sugerencias para acciones de la guerrilla de la comunicación. La revista publica, por ejemplo, con regularidad esbozos de carteles e informa sobre «mejoras de paneles publicitarios» o ○ fakes.

Editor Kalle Lasn en: *Adbusters Culture Jammer's Calendar 1995.*

«Adbusters» es una palabra compuesta por «ad» (abreviatura de publicidad/anuncio) y «busting» (destruir). Probablemente es una alusión a la popular película «Ghostbusters», pero en vez de ahuyentar fantasmas, se trata de luchar contra la publicidad, el consumo y la contaminación medioambiental. Estas acciones de «de-marketing» (antimarketing) persiguen objetivos parecidos a los del grupo australiano de billboard banditry BUGA UP (○ sniping).

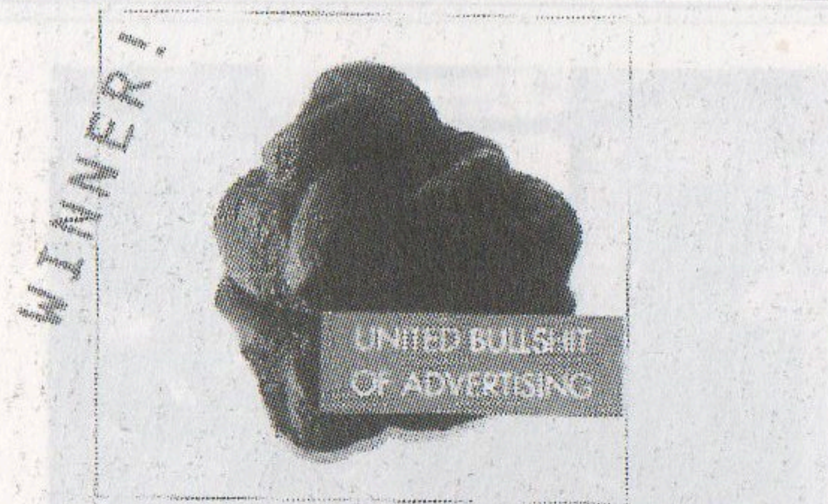
http://www.adbusters.org/adbusters/

El maravilloso mundo de la publicidad
Del advertising al subvertising

«Bebo Jägermeister porque a mi camello lo han metido en el talego» fue el eslogan de una campaña de antipublicidad para el producto de una fábrica de licor de Braunschweig, que se publicó en la revista satírica *Pardon* (un precursor de la *Titanic*). Este «subvertising» es una de las más importantes formas de acción de una vertiente de la guerrilla de la comunicación en EEUU, Canadá y Australia conocida por el nombre de «culture jamming» (interferencia cultural). «Subvertising» es un juego de palabras sobre la base del verbo inglés «to advertise» (hacer publicidad), y se refiere a la producción y difusión de antipublicidad o de parodias de publicidad. Así se convierte la «promotion» en «demotion», o el «marketing» en «demarketing». Se utilizan textos e imágenes de la industria publicitaria para deconstruir anuncios o campañas publicitarias mediante el ○ *distanciamiento*. El cambio de la famosa campaña «Bebo Jägermeister porque... » subraya el carácter de droga del alcohol mediante la introducción del «camello», y a la vez alude a la doble moral de la represión de drogas en Alemania. (Por esta antipublicidad la revista *Pardon* perdió un pleito que la llevó casi a la quiebra.) El efecto de irritación se produce por utilizar medios estilísticos propios de la publicidad en momentos y contextos inesperados. Al motivo «Jägermeister» ya se había

Dery, Mark: *Culture Jamming*, Westfield, 1993, pp. 8 s.

United Colors de Mierda



Ante un ambiente de pesimismo cultural, Adbusters difunde una mezcla entre ○ contrainformación clásica, información sobre billboard banditry y su propia antipublicidad. Sus técnicas para tergiversar la imagen de conocidos productos de marcas o fabricantes —consideran a Budweiser, Marlboro, Benneton, Coca-Cola, McDonalds y Calvin Klein como los peores contaminadores de la mente («archetypal mind polluters»)— son el ○ collage y el montaje. Además de formas tradicionales de hacer política como lo son peticiones y campañas públicas, la revista llama en su «Culture Jammer's Manifesto» también a la interferencia de programas de televisión («television-hijacking» = secuestro de televisión) y a formas de sabotaje ecológico («monkey-wrenching» = darle a la llave inglesa).

Su versión del culture jamming (interferencia cultural), sin embargo, apunta principalmente a hacer contrapublicidad o «marketing social» a través de los canales existentes de los medios de comunicación. Sus creadores se creen de verdad la frase: «With your help, the revolution will be televised» (Con tu ayuda, la revolución será televisada). Adbusters quiere atizar el debate público sobre la sociedad de consumo y conseguir que las ciudadanas sean capaces de defender sus propios intereses. Para ello la revista exige una campaña multimediática de educación con la cual pretende devolver a las consumidoras el control sobre su consumo de tabaco, alcohol, moda, cosmética, comida, coches y medios de comunicación. Evoca el poder de los media y el mito

recurrido antes en Italia cuando, después del «accidente» de gases tóxicos de Seveso, en 1977, se lanzó la consigna: «Bevo Jägermeister perchè a Seveso c'è la diossina» (Bebo Jägermeister porque en Seveso hay dioxinas).

Indianer und P 38, München 1978, p. 38.

Respecto al contenido se puede decir que con el subvertising se trata de desacreditar un producto o ridiculizarlo. La publicidad de un producto es recogida y ○ *tergiversada* mediante la desvirtuación de los contenidos y desvalorización de los mensajes. El subvertising puede consistir también en añadir un texto explicativo sobre el «verdadero» efecto o los efectos secundarios de un producto. Especialmente atractivos para ataques de tergiversación son los artículos de marca o los símbolos de marcas conocidas. Un ejemplo: la publicidad de Benneton «The United Colors of Advertising» se convierte en un trozo de mierda: «United Bullshit of Advertising».

A menudo se cambian textos y/o imágenes en superficies de propaganda como los grandes paneles o rótulos de empresas que están al alcance público. En esta vertiente más bien artesanal del subvertising (○ *sniping*) cada pieza representa una «pieza única». Otra forma es la difusión de parodias de publicidad o de antipublicidad mediante medios publicitarios profesionales que se difunden a través de postales o revistas.

El subvertising representa el intento de salir del papel pasivo de receptora de

Shell to Hell – Shell al infierno



de la relación directa entre la violencia en la pantalla y la violencia real en la sociedad. Bajo la rúbrica «subvertising» se encuentran también carteles antitelevisión, y cada año organizan una semana internacional de apagar la tele: «Turn off your TV – Take back your life» (Apaga tu televisor – Retoma tu vida). Los editores producen en su propia agencia publicitaria no comercial, con el nombre de «Powershift» (cambio de poder), anuncios publicitarios para Greenpeace y otros grupos ecológicos, así como anuncios propios que normalmente son boicoteados por las emisoras de televisión de EEUU. Están trabajando en una serie propia de televisión sobre los activistas de los media y preparan un manual de culture jamming. De vez en cuando, Adbusters llega a hacer un verdadero merchandising de culture jamming con agendas, chapas, carteles, vídeos etc.

La revista ganó en 1994 el premio «Western magazine Award for Magazine of the year» por su crítica cultural. En el continente norteamericano es de gran importancia para una determinada movida. Adbusters recoge las protestas de muchos grupos pequeños y locales que se articulan desde un específico sentimiento de responsabilidad política, vinculado al propio cuerpo y a criterios morales individuales. Una actitud que no es casualidad que nos recuerde a los primeros pioneros de la historia de Norteamérica. La protesta pública efectiva de la nueva izquierda de Estados Unidos se ha ido convirtiendo, con el tiempo, en una actitud de crítica al consumo que, por regla general, no cuestiona el sistema social.

mensajes o de comprador de mercancías, y de retomar el debate público sobre su significado político o social: «Un número creciente de artistas, activistas y ecologistas quieren ser arena en el engranaje para llevar a la fábrica de imágenes norteamericana a un paro repentino» (*Adbusters*, n.º 1, vol. 3, 1994, p. 80).

El abanico va desde intervenciones divertidas e imaginativas, imitando la misma publicidad, hasta denuncias bastante pesadas de la burguesía ecologista. Los diferentes grupos que se dedican al embellecimiento de paneles publicitarios no suelen utilizar consignas muy evidentes contra los productos. Ellos prefieren ridiculizar los mensajes publicitarias por medio de pequeños cambios. El objetivo de la mayoría de los grupos que se dedican en EEUU y Australia al subvertising es la denuncia crítica de la publicidad que invita al consumo de alcohol, tabaco y artículos de cosmética. En esta dirección va sobre todo la revista trimestral

Adbusters

⊙ *Adbusters*, publicada en Canadá y EEUU y el grupo de billboard banditry BUGA UP de Sydney. Actúan como predicadores con los individuos: ¡No bebáis alcohol, no fuméis, no miréis la tele y no compréis! Esta forma de protesta reduce la crítica de la producción capitalista a la exigencia de renuncia al consumo y de autodisciplina. Pero el subvertising es también capaz de expresar una crítica más profunda. Mediante el juego con los eslóganes publicitarios se facilitan nuevas maneras de ver la diversidad de mercancías maravillosas. El subvertising

La tolerancia desde la fuerza o la arrogancia del poder

El alcalde demócratacristiano e hijo de general Manfred Rommel, a quien le gusta escenificarse como la personificación viva del auténtico e histórico liberalismo de Suabia, buscó en su segunda campaña electoral el voto con un cartel donde se podía leer en letra clasicista: «Manfred Rommel: tolerancia desde la fuerza». Una noche, sin embargo, numerosos carteles fueron sustituidos por otros. Éstos decían con la misma letra y con el mismo color serio de traje azul: «Manfred Rommel: la arrogancia del poder». Con la única diferencia del enunciado, el nuevo cartel imitaba a la perfección el anterior y logró así que el cambio no se detectara enseguida.

En EEUU y Canadá se critica la versión Adbusters del culture jamming porque se vale de los símbolos estéticos de la era de la alta tecnología y del merchandising. Más problemático, sin embargo, nos parece que su idea del ser humano no se distinga mucho de la de los sujetos de la publicidad. Quien crea de la misma forma que los Adbusters en el poder de los media y sólo invierta la dirección de la lanza, no respeta mucho más a las consumidoras de los media que los mismísimos «grandes seductores», y las reduce igualmente a una función de objeto. Políticamente los Adbusters se ubicarían en el centro, «ni de derechas, ni de izquierdas». A eso se corresponde la crítica burguesa al consumo, al igual que el reaccionario pesimismo cultural también muy extendido por acá. Así no es de extrañar que ya no se hable del problema del «capitalismo» en su revista. ⊙

puede contribuir a cuestionar la reducción de la existencia humana al aspecto de consumidor de mercancías, sin que eso se deba expresar necesariamente en forma de una crítica puritana al consumo.



© Adbusters 1995

Consume your masters

por Sonja Brünzels & Kees Stad

A pesar de la última tendencia de reinterpretar el consumo como una práctica creativa o incluso subversiva, la crítica social de la izquierda que tildaba a Alemania de «democracia de mercancías» solía constituir también una crítica a la sociedad de consumo. El consumo de las masas es un garante importante del funcionamiento del capitalismo. Como sector central de la circulación y como lugar donde se transforman los deseos, anhelos y ansias potencialmente revolucionarios en forma de mercancías para su neutralización política, constituye al mismo tiempo una fuerza social integradora y un motor del mercado. Asegurar posibilidades de consumo fue una condición indispensable para las imposiciones políticas y un garante de estabilidad tanto en los tiempos de la posguerra («el milagro económico») como en el transcurso de la reunificación. El consumo ha sido también un campo político central para la izquierda aunque con diferentes intenciones. Mientras que la izquierda tradicional intentaba reivindicar el derecho de las masas al consumo, partes de la nueva izquierda, seguidores de la teoría crítica, criticaban a menudo las falsas necesidades. Pero siempre han existido corrientes políticas que no seguían ni la ideología de la renuncia ni el fetiche del consumo. El intento, por ejemplo, de organizar formas alternativas de vivir en colectivos y comunas, entre algunos sectores de los nuevos movimientos sociales, representaba al mismo tiempo una forma práctica de crítica al consumo capitalista de masas.

Entre los grupos de habla inglesa que defienden una posición de crítica al consumo se encuentran, por ejemplo, los ⭘ *Adbusters* o las activistas de BUGA UP. Hacen una crítica al consumo de determinados productos, muchas veces moralizante, sin llegar a cuestionar seriamente las condiciones de producción capitalista de mercancías. Esta idea de la renuncia al consumo gana su atractivo también del sueño de un movimiento activo de masas como: «Imagínate que hay supermercados pero nadie entra». Pero esta misma crítica puede expresarse también exigiendo más consumo. En 1994, un grupillo de gente que compartía piso en Tubinga colocó en la fachada de su casa con escritura luminosa la invitación: «Comprad más». En el mismo edificio había una sucursal del Deutsche Bank que confirmó la eficacia del llamamiento al pedir su retirada inmediata.

La manera más simple de atacar la sociedad de consumo consiste en comprar gratis. A la gente le gusta tanto robar porque así se junta la práctica política con necesidades cotidianas muy concretas (por ejemplo, tener ganas de un desayuno con champán). No obstante, ha habido largos debates entre los grupos de izquierda sobre la cuestión de quién puede robar y a quién (a las grandes multinacionales o también a la gente afín), de en qué ocasiones es políticamente correcto robar y cuándo sirve sólo para el enriquecimiento individual. En la Italia de los años 70, los ⭘ *Indiani Metropolitani* intentaron, por ejemplo, politizar el concepto de la «autoriduzione» de precios. Para ello podían apoyarse en una práctica muy extendida entre la población. Mientras que las amas de casa en Roma y Nápoles corregían desde hacía tiempo a la baja los precios del alquiler y de la electricidad, los indios metropolitanos practicaban además la asistencia gratis e informal a cines y restaurantes de lujo. La práctica del sibaritismo sin pagar fue también una de las acciones de resistencia contra el «ennoblecimiento» del barrio berlinés de Kreuzberg. (Tirar mierda en tales locales podría ser incluido más bien en el capítulo de «Ética protestante de la renuncia».)

Indianer und P 38. Italien: Ein neues '68 mit anderen Waffen. München, 1978, pp. 25 ss.

El escenario central para el espectáculo occidental del consumo de masas es y seguirá siendo el supermercado. El carrito de compras impone el ritmo monótono de su rechinar a los que avanzan entre las estanterías aparentemente infinitas. Las mercancías colocadas según los planos minuciosamente elaborados del *product placement* predeterminan los caminos (los dulces a la altura de los ojos de los niños, la leche en el rincón más lejano del local). La luz gris de los fluorescentes y la musiquilla narcotizante que se introduce furtivamente en el subconsciente tienen la función de maximizar las compras. Pero esta presentación de las mercancías provoca en las consumidoras no sólo ganas de comprar, sino también la conciencia acerca de su propia posición social, que se ve despertada tanto por las posibilidades de comprar como por la visión de aquellas mercancías que no se pueden permitir.

Los grupos anárquicos se sirven con mucha imaginación de esta doble cara de Jano del consumo. Actos de sabotaje (⭘ *Averiada*) y las más diversas acciones de la guerrilla de la comunicación se esfuerzan por dificultar la venta de mercancías y por despertar una conciencia crítica acerca del consumo. Penetran en los templos de consumo, embrollan las reglas y sueñan con que las consumidoras empiezan a preguntarse de repente si realmente tienen que comprar algo. Buscan la sonrisa de comprensión que hace que el gran grito sin motivo del «cómprame» de la publicidad se extinga sin ser escuchado.

El juego con la locura consumista funciona especialmente bien cuando consigue que los clientes participen directamente. En Utrecht se vació una vez un camión lleno de dulces para regalarlos a la gente. Tales acciones en principio no constituyen una crítica a las necesidades de consumo; más bien se limitan a jugar con el ansia de consumo de la gente. Pero como apuestan por una reducción radical de los gastos de consumo, coinciden con un deseo de los consumidores, motivo por el cual pueden contar con la

AVERIADA: disculpen las molestias

Una manera muy directa de acabar con la sociedad de consumo es, desde luego, anunciar su avería. Las vistosas pegatinas bilingües (catalán/castellano) con las que las gentes de Al Enemigo ni Agua (AENA) de Barcelona van proveyendo a las más diversas máquinas automáticas y cajeros de bancos seguro que les darán un bien merecido descanso.



¡Múnich viaja gratis!

En julio de 1992, poco antes de empezar la Cumbre Económica Mundial en Múnich, la revista para los clientes de los Transportes Metropolitanos de Múnich anunció que durante la Cumbre el uso del transporte público sería gratuito, puesto que el Ayuntamiento y el Consorcio de Transportes Metropolitanos temían que se produjera un colapso de tráfico. «El servicio gratuito se propone también compensar a los ciudadanos por las molestias que sufrirían durante la cumbre». En vista de los gastos que causaba el encuentro (3.400 millones de pesetas) y la remodelación de la suite de hotel para el Sr. George Bush

simpatía más o menos abierta de los presentes. Uno de los grupos subversivos más conocidos que trabajaban en este campo fue el grupo King Mob de Inglaterra. Imprimieron carteles con la estética publicitaria adecuada y los pegaron en los muros alrededor de supermercados o grandes almacenes. Los carteles anunciaban que hoy era «free shoping day», que cada clienta podía llevarse gratis un carrito lleno de mercancías. Aquel día, los vigilantes y el personal del establecimiento estuvieron muy ocupados, ya que tenían que convencer a cada compradora, una por una, de que tenían que pagar. En según qué ocasiones, tener compasión de los compradores equivocados o en dificultades no buscadas no sea quizás lo más conveniente. Eso, por lo menos, sugiere un ejemplo de Toulouse. Cuando las cajeras de un supermercado de esta ciudad empezaron una huelga salvaje para conseguir un aumento de sus sueldos, cientos de clientes aprovecharon la ocasión de pasar corriendo y con los carros llenos por las cajas, a pesar de los llamamientos desesperados de la dirección por los altavoces. Sólo seis dejaron un cheque a cuenta.

Unas de las acciones más guapas de los King Mob tuvo lugar el día antes de Navidad, uno de los días de más locura compradora de todo el año. En esta época, las grandes empresas de consumo suelen decorar sus negocios ofreciendo un ambiente de «amor-alegría-familia» para aumentar la disposición compradora. Tomarse en serio la encarnación de la maximización de las cifras de ventas vestida de Papá Noel significaba para los King Mob reconducirlo a su sentido original: el de traer regalos. En la calle Oxford Street de Londres, los activistas, vestidos de Papá Noel, repartieron a toda pastilla mercancías de las estanterías de centros comerciales entre los niños y padres presentes. Los vigilantes de los establecimientos corrían de un lado a otro para recuperar los juguetes en manos de los niños que, llorando y gritando, se resistían a soltarlos. Y naturalmente hubo un gran número de personas que simplemente se marchó con su «regalo».

Pero los centros comerciales no han sido convertidos sólo para las Navidades en auténticas casas de regalos para la clientela. Un ejemplo más sería el grupo que distribuía octavillas delante de un comercio donde se explicaba a la gente que todas las mercancías señaladas con un pequeño punto negro eran gratis. Otro grupo se hizo con la megafonía de un gran centro comercial de la ciudad holandesa de Nijmegen para protestar contra el recorte de las prestaciones sociales. Anunciaron por los altavoces: «Cualquier compra que se realice durante los 60 minutos siguientes será gratis». Aún más gracia tenía una octavilla de Frankfurt que unía el placer de recibir regalos con el cuestionamiento de los sistemas de seguridad cada vez más sofisticados: «El Kaufhof, el gran almacen de la aventura. Queridas clientas y clientes: Nos dirigimos a Vds. para pedirles un favor insólito: ¡Ayúdennos a comprobar el buen funcionamiento de nuestros dispositivos de seguridad robándonos algo!»

¡Múnich viaja gratis! ...

(42.500.000 pts.), lo más importante, según palabras del alcalde Georg Kronawitter, sería acercarse más a los ciudadanos en vez de insistir en ahorros presupuestarios. El Consorcio reaccionó enseguida contra la buena imitación de su revista. «¡Tonterías!«, dijo su portavoz, «naturalmente que hay que pagar durante la Cumbre». Las que viajaban gratis a pesar del desmentido tenían, no obstante, una buena excusa cuando se las pillaba durante aquellos días: sólo tenían que referirse a la revista del Consorcio y exclamar: «¡Esto es el colmo!« (colmo y cumbre es la misma palabra en alemán; N.T.)



De repente estaban allí los Indios Metropolitanos. Pero del cómo y del cuándo nadie sabía nada. Lo único cierto es que fueron vistos en público por primera vez en 1977 en Bolonia y en Roma. Es verdad que las fiestas del underground italiano en mayo de 1975 y los artículos en ○ A/traverso del mismo año, que imitaban el lenguaje de las «pieles rojas» de conocidas películas del Oeste, ya podían ser considerados como sus precursores. Pero no fue hasta 1977, cuando cada vez más gente empezó a abandonar las «eternas praderas de caza» de la vieja izquierda marxista y sus formas de lucha anticuadas, que la tribu de los Indiani Metropolitani se transformó en un movimiento fuerte.

Respecto al trasfondo político del movimiento, cfr. Balestrini, Nanni/Moroni, Primo: *L'orda d'oro, 1968-1977.* Milán, 1988, y *Indianer und P 38. Italien: Ein neues '68 mit anderen Waffen,* Múnich, 1978.

Sus armas eran disfraces llamativos de color y hachas de plástico. Como estrategias para sobrevivir en un entorno cada vez más resistente a la revolución, inventaron un humor extraordinariamente poderoso y múltiples formas de confusión lingüística. Al igual que en ○ Radio Alice, su fuerza motriz estribaba en la voluntad de romper con las estructuras de poder dominadas por los partidos burócratas. El movimiento de 1977 ya no apostaba más por la típica ○ contrainformación de izquierdas, sino por una multiplicidad confusa del uso de la lengua en las diferentes tácticas de la contrainformación: «Más energía nuclear y menos pisos de protección oficial»; o sea, decir lo que nadie diría para ridiculizar de este modo la charlatanería acerca de las «reducciones temporales» o

Tales acciones persiguen la meta de dejar en evidencia los métodos represivos de control a los que normalmente están sometidas las clientas y con los cuales se excluye de manera radical a toda aquella persona que no tenga la suficiente solvencia. Un grupo de personas sin techo de Colonia, que habían sido echadas de su sitio habitual por el servicio de seguridad de un gran almacén, se buscaron unos trajes buenos y volvieron al mismo lugar para ayudar con mucha resolución al personal de seguridad. Se dirigieron a personas que estaban mirando los escaparates y les avisaron de forma amable pero decidida que sólo estaba permitido pararse delante de los escaparates cuando realmente se tenía interés por comprar algo. De no ser así deberían marcharse enseguida.

Hahne, Ron: *Black Mask & Up against the Wall Motherfucker,* Londres, 1993.

Un grupo llamado «Black Mask» realizó un día en Nueva York una obra especial mediante el método del ○ *teatro invisible.* Disfrazados de cajera, cliente, vigilante, etc., entraron en un supermercado, de modo que nadie sabía ya quién era auténtico y quién no. Algunas mercancías fueron a parar al suelo, otras se regalaron o se robaron. La policía, que llegó al poco tiempo, detuvo a un gran número de clientes inocentes.

Yippies

Las acciones que provocan más irritación son, sin embargo, las que demuestran un uso de las mercancías y del dinero totalmente opuesto al orden de valores capitalistas.

Lamaodada

En febrero de 1977, el dirigente sindical Luciano Lama osó presentarse en la Universidad de Roma, ocupada ya desde hacía algunos días. Con levantar el dedo índice y soltar un discurso de advertencia pretendía hacer entrar en razón a los estudiantes y llevarlos de nuevo a la línea de Partido Comunista. Los estudiantes decidieron no echarlo, pero querían impedir al mismo tiempo que se introdujera la línea sindical en la Universidad. La situación olía mucho a una acción en el sentido del «maodadaísmo». Al amanecer se colocó ya un coche con megafonía en la universidad que varios cuadros sindicales vigilaron durante el

«recortes socialmente sostenibles». Afirmaban sus posiciones exagerando los mensajes de la parte contraria de tal manera que resultaban totalmente absurdos (⊙ afirmación subversiva). La desconfianza hacia la retórica política se expresaba en los Indiani Metropolitani a través de la provocación, de la perturbación verbal como ataque lingüístico, pero también en acciones sociopolíticas: mediante ⊙ happenings o acciones que atentaban contra la ⊙ gramática cultural y el consenso político. Se burlaban de la seriedad de la política y de su falso pathos, dándole la vuelta a sus verdades como arma punzante.

Cfr. el manifiesto de los intelectuales franceses contra la represión en Italia, en: *Indianer und P 38*, p. 134

En diferentes barrios (de Turín, por ejemplo), las amas de casa italianas practicaban ya desde hacía tiempo a nivel local las «autoriduzione», o sea, las autorreducciones decididas por cuenta propia de alquileres, facturas de teléfono, de gas y electricidad. Pero los Indiani Metropolitani ampliaron este abanico con la entrada libre a cines caros, el saqueo de tiendas con la intención de apropiarse del lujo y del consumo, y de la comida gratis en restaurantes céntricos (⊙ consume your masters). Otros aspectos de su cultura de lucha, por la que ganaron fama más allá de las fronteras de Italia, fueron los espectáculos espontáneos y las fiestas en la Piazza, sus ya mencionadas reivindicaciones absurdas, el descrédito de las autoridades mediante el medio estilístico de la glorificación degradante (⊙ deterioro de imagen), su poesía

Cfr. la obra de teatro de Dario Fo: *Non si paga, non si paga!*, Milán, 1974

Cuando en agosto de 1967 unas 15 activistas de los ⊙ *yippies* entraron en la bolsa de Wall Street, consiguieron montar un espectáculo que ya no necesitaba de ninguna explicación. Junto con algunos turistas subieron a la tribuna para el público y una vez arriba tiraron billetes de dinero a la gran sala de la bolsa: «La gran cinta perforada se paró y los agentes de bolsa lanzaron un grito de júbilo». El objetivo de los yippies era provocar un escenario que muestre a los agentes de bolsa de rodillas recogiendo ávidamente los dolares. Los yippies dicen: «Nuestro objetivo es seguir siendo un misterio. Teatro puro... Tirar dinero al suelo de la bolsa es pura información. No requiere ninguna explicación. Expresa mucho más que mil tratados y ensayos anticapitalistas».

Rubin, Jerry: *Do it!*, Milán, 1971, y Hoffman, Abbie: *The best of Abbie Hoffman*, Nueva York, 1989

Kohtes, Martin M.: *Guerilla Theater*, Tubinga, 1990, p. 188.

Si las formas del consumo gratuito pueden ser interpretadas como invitación a las clientas para que se burlen de forma espontánea y anárquica del orden y de las leyes de la sociedad de mercancías, otras acciones intentan romper la estética de la mercancía desvalorizando o inutilizando las mercancías. Una novela de Julio Cortázar cuenta de un grupo de activistas latinoamericanos, exiliados en París, que empezaron un día a sustituir las cajetillas de cigarrillos de un supermercado por otras que antes habían llenado con basura: «Si la gente ya no puede fiarse de las cosas

Cortázar, Julio: *Libro de Manuel*, Madrid, 1981.

Lamaodada ...

día. Algo se estaba cociendo: los estudiantes se concentraban en la parte izquierda del patio. Entre ellos se encontraba un grupo de Indiani Metropolitani vestidos con disfraces llamativos con bordados, perlas y espejos, y blandiendo sus hachas de plástico al aire. A la derecha del patio se encontraban los hombres trajeados del sindicato del Partido Comunista. Una testigo cuenta: «Después de algunos juegos de palabra con «Lama» cantamos una melodía de «Jesus Christ Superstar», haciendo alusión al programa de ahorros del Gobierno que los comunistas apoyaban: «Lama Star / Lama Star / i sacrifici vogliamo far»

sin sentido y, en buena medida, sus maravillosas pintadas en paredes y graffitis (⊙ sniping). A este respecto, retoman aquellas ideas acerca del la comunicación subversiva que especulan —parecido a Radio Alice— con cortocircuitar los sistemas semióticos de las ciudades. Sus graffitis no respetaron ninguna regla. Las inscripciones espontáneas convirtieron la pared en un espacio público que no permite un discurso privilegiado. Todos los que sabían manejar un espray o un pincel, los que cubrían otras pintadas, las completaban o se inventaban unas nuevas, contribuyeron a la multiplicación de las voces. «FUAN», las siglas de una organización estudiantil neofascista, se transformó en «Va Fuan c.» en el sentido de «Va fa'n culo», o sea, «a tomar por el culo». Al lado alguien pintó una respuesta: «Vergogna, leggono anche i bambini» (¡Qué vergüenza! Esto lo leen también los niños), a lo cual se contestó con «Buoni, i bambini» («Indianer und P 38», pp. 34-66).

La ruptura con los buenos modales no se hizo visible sólo en las paredes. Pero, desde luego, donde los Indiani Metropolitani se mostraron insuperables fue en los happenings —como muestra, por ejemplo, de manera ilustrativa la acción contra el dirigente sindical comunista Luciano Lama en el campus de la Universidad de Roma en 1977—, en los que siempre lograron hacer saltar el imperativo moral de personas, situaciones y códigos institucionales («Indianer und P 38», pp. 80-83). ⊙

simples que compran, ya no creerán nada de lo que se les pueda explicar».

Los «Consumer Surrealisten» se dejaron inspirar por la práctica cotidiana de consumidores poco decididos que marcan sus caminos mediante la colocación arbitraria de cosas no compradas en otros sitios. A partir de ahí desarrollaron la práctica del desplazamiento de mercancías para crear acontecimientos estéticos. Queda, sin embargo, la pregunta de si esta práctica es percibida por las consumidoras. Lo más probable es que este método sirva, sobre todo, para curar las varices y desarrollar los callos de los empleados que de esta manera tienen que dedicar una buena parte de su jornada a la recolocación de estos objetos. Para que la compra se convierta realmente en un acontecimiento, hay que elaborar un transformación sutil de la oferta de mercancías. Cuando de repente se descubren unas piernecitas de plástico en los pollos congelados, cuando un bistec te mira con una sonrisa pérfida, o cuando el mostrador de pescado se encuentra decorado con pequeños trocitos de espaguetis cocidos, como si de gusanos se tratara, entonces sí que acontece algo. La sorpresa de encontrar una cucaracha entre los paquetes de arroz de Uncle Ben o un pepino «sexo seguro» con un preservativo, hace que la compra se convierta en un suceso inolvidable. Con estas acciones se trata también de mostrar que, en la compra, el producto real queda relegado a un segundo plano, detrás de las imágenes

Lamaodada .

(Lama star, nos queremos sacrificar). Bailamos en círculo alrededor de Lama, paseando un muñeco delante de sus ojos. Al final, el servicio de orden ya no aguantó más y se produjo un gran alboroto durante el cual nosotros tiramos globos de agua y los rociamos con extintores. Pero luego dejamos que se escaparan y no les arrancamos la cabellera. Y lo más importante: naturalmente no subimos a sus coches de megafonía para hablar, puesto que no queríamos su lugar de hacer política, con su correspondiente lenguaje, ni regalados».

asociadas a él por medio de la publicidad. El objetivo es romper esta cadena de asociaciones y abrir nuevas miradas sobre las mercancías.

Las acciones de grupos guerrilleros latinoamericanos señalan, sin embargo, que la crítica al consumo de unos pocos conlleva siempre el derecho de los muchos a cubrir las necesidades mínimas. Ahí no se trata del consumo, sino de la satisfacción de las más fundamentales necesidades vitales. En este contexto se deberían mencionar los «secuestros» de entregas de alimentos con los cuales varios grupos guerrilleros abastecían los barrios pobres de ciudades latinoamericanas. El MRTA Tupac Amaru pedía alimentos, con este mismo objetivo, como rescate de secuestros.

En relación con la guerra del Vietnam, diversas acciones militantes expresaron una crítica de la conciencia de los ciudadanos de las metrópolis que, a pesar de las guerras imperialistas, ponían su único interés en la pacificación de sus propias ansias de comprar. Un intento drástico en esta dirección fue el incendio de unos grandes almacenes provocado por Gudrun Ensslin, Andreas Baader y otros. Querían demostrar que el ataque al consumo simbolizado por el incendio del negocio causaría más rabia e indignación que el incendio de miles de pueblos en Vietnam. Queda, no obstante, la cuestión de si el mensaje moralizante de los incendiarios: «Allá se está muriendo la gente, y tú vas de compras» realmente logró «llegar» así a la conciencia de la gente. La contradicción entre la indignación sobre la imagen de los grandes almacenes en llamas y la indiferencia frente a las masacres en Vietnam había sido denunciada ya anteriormente por la ○ *Kommune 1* con la octavilla irónica «Burn, warehouse, burn!» y luego convertida hábilmente en un tema mediático a raíz de las posteriores consecuencias jurídicas.

La mayoría de las acciones de la guerrilla del consumo en las metrópolis compaginan formas de la guerrilla de la comunicación con actos de sabotaje. No quieren defender una ética de la renuncia y apelar conjuntamente con los políticos a apretarse el cinturón. Sus acciones se dirigen más bien contra las reglas de juego del consumo como rueda importante en el engranaje capitalista. A menudo se trata de acciones que invitan a la participación de las compradoras con una oferta inmoral: transgrede las reglas del consumo, sé anárquica, coge lo que te guste y no lo que puedas pagar. Los yippies llamaban a esto «Do it!» (¡Hazlo!).

SAINSBURY'S
(PECKHAM BRANCH)
FREE SHOPPING!
OWING TO THE GREAT SUCCESS OF OUR NEW STORE, WE HAVE DECIDED TO HOLD A FREE SHOPPING DAY
THIS FRIDAY!
BRING THE FAMILY
NO MONEY NEEDED
OFFER LIMITED TO ONE TROLLEY PER PERSON ONLY
GOOD FOOD COSTS LESS AT SAINSBURY'S

Hombres que representan a mujeres tienen, desde hace tiempo, su lugar fijo en los escenarios y en días señalados. En este juego, todo el mundo sabe que la Mary que ofrece, vestida con un vestido resplandeciente, una mermelada o un producto lácteo en una publicidad es en realidad un hombre. Las bellas de un espectáculo travesti tampoco dejan lugar a dudas acerca de su sexo; todos están seguros de que los senos no son auténticos y de que el vestido muy ajustado no muestra ninguna hinchazón en el debido lugar porque lo impide un slip fuertemente ajustado. Mientras que todo eso tiene lugar en un teatro, cabaret o club ante un público heterosexual, el hecho de que el actor probablemente sea homosexual, se encontrará seguramente exótico y de esta manera quedará bien guardado en el campo de lo «otro». La identidad del espectador no se verá cuestionada y es muy posible que el mismo espectador que la noche anterior se dejaba acariciar la barba por una de las drag queens, dentro del marco ritualizado de una performance, intente fastidiar al día siguiente a su compañero de trabajo homosexual.

¿Qué tiene de subversivo el crossdressing?
Eso no lo sabe nadie excepto su peluquero.

Y menos aún se atacan las ideas tradicionales de sexo cuando los tíos del club de fútbol representan, con ocasión de la fiesta del club, un número de ballet disfrazados con vestiditos blancos o cuando en carnavales toman prestado el sujetador a su compañera/madre/esposa y lo llenan con ovillos de lana. Todo eso sólo es divertido porque todos saben que los actores saldrán después de su disfraz aún más seguros de su virilidad. En realidad parecen cómicos disfrazados de mujeres, sobre todo porque el cliché de los comportamientos considerados tradicionalmente como femeninos es cómico, por ejemplo, las voces aflautadas, los pasitos cortos como gallinas asustadas y los movimientos exaltados.

Los hombres vestidos de mujeres gozan también de mucha popularidad en el cine. Al final, sin embargo, el juego de disfraces se disuelve en favor de la normalidad heterosexual, por ejemplo, en la película «Tootsie». La supuesta mujer conquista, una vez descubierta su condición masculina, el corazón de la amada. Una excepción de la regla es la película «Some like it hot» («Con faldas y a lo loco») de Billy Wilder: cuando el millonario descubre el verdadero sexo de su amada, él le dice que no le importa, que la sigue queriendo igual, y juntos se alejanen en barco por el mar...

Mientras se pueda atribuir claramente el lugar que le toca a cada uno y dónde empieza y dónde acaba todo, la inversión de roles de género conduce más bien a confirmar los estereotipos mediante la exageración que a provocar rupturas, confusiones realmente inquietantes o persistentes.

Más confuso se vuelve todo esto cuando se trata de la prostitución. En este ámbito no sólo se encuentra exclusivamente a hombres en búsqueda de la sensación excitante del

Los sueños de Teen Talk Barbie y GI-Joe

En 1993, como cada año, la empresa de juguetes Mattel volvió a invadir en Navidades el mercado estadounidense con sus muñecas Barbie así como su correspondiente pareja, el marcial GI-Joe con traje de camuflaje. Esta vez las muñecas incluso podían hablar. Teen Talk Barbie canturreaba: «I want to go shopping» (quiero ir de compras), y GI-Joe gruñía: «Dead men tell no lies» (los hombres muertos no dicen mentiras) y «Fire! Fire! Fire!» (¡fuego!). En Navidades, sin embargo, hubo una buena sorpresa. En numerosos programas de EEUU se pudieron ver los vídeos reivindicándola. La Barbie Liberation Organization (BLO)

amor comprable de los transvestidos. Están también las drag queens, que quieren atraer a hombres heterosexuales que las toman por mujeres. Esta zona gris del tabú moral es el campo que representa también para los puteros «lo otro», lo secreto y prohibido en la vida normal. Y cuando en estas situaciones se producen confusiones, se quedarán como experiencias separadas de la vida cotidiana, por lo que tampoco conllevan una ampliación de los procesos de reconocimiento acerca del sexo.

La utilización de modelos de comportamiento y de vestir del otro sexo se ha convertido sobre todo en los contextos gay-lésbicos en un medio de expresión muy importante. El juego con los estereotipos, no como espectáculo teatral, sino como práctica cotidiana, va aquí mucho más lejos. De hecho se pueden observar formas de autorrepresentación que rompen el orden de comportamientos de los sexos basados en la obligada heterosexualidad, los combinan de forma nueva y los conducen a otros contextos.

Frequent Asked Questions - What is Crossdressing? http://www.compu.net/ts/resource/faqs/cdressfaq.html

«Boys will be girls and girls will be boys» (chicos que quieren ser chicas y chicas que quieren ser chicos). Si no es la biología la que adjudica a las mujeres una vida de mujeres y a los hombres una vida de hombres, si la categoría social de género realmente «sólo» existe en la ○ *gramática cultural*, entonces cualquiera podría elegir su género según le dé la gana, según su humor o sus consideraciones tácticas.

Pero el género es más que una adjudicación que una puede cambiar como y cuando le venga en gusto. Es un principio esencial de ordenación de la sociedad, impuesto, siempre de nuevo, por el poder. La división del trabajo según el género, el transcurso de las biografías, la producción de y la autoubicación en identidades, competencias y responsabilidades, la conquista de poder y su pérdida, están en gran medida preestructuradas por el género. La importancia de este principio de ordenación se puede comprobar por los esfuerzos que se invierten en reinstaurarlo machaconamente una y otra vez en los ámbitos más diversos de la sociedad. El sistema de impuestos funciona en favor de la familia nuclear y castiga a los que no siguen este modelo. Cada boda representa, de manera más o menos manifiesta y a pesar de eventuales divergencias o rupturas a otros niveles, una articulación de relaciones de sexos; cada matrimonio entra en la cadena infinita de la representación del sexo. Como el sexo es, precisamente, un principio central de ordenación de la mayoría de las actuales sociedades, se presta como espacio de intervención para la guerrilla de la comunicación.

Existen muchas posibilidades de intervenir en el sistema de las relaciones de género: en la división del trabajo, en la planificación de carreras profesionales y el cuidado de los hijos, en la orientación sexual, en cambios de características sexuales terciarias como, por ejemplo, los vestidos y el lenguaje corporal.

Formas menos radicales del «crossdressing» han entrado ya hace tiempo en la cotidianidad de la moda: desde los años 20, las mujeres han ido conquistando para sí una serie de vestimentas definidas como masculinas. Hoy día, una mujer puede destacar su atractivo sexual cara al otro sexo precisamente con el contraste entre vestidos de hombre y accesorios femeninos como el pintalabios, el peinado o los gestos. Marlene Dietrich sigue siendo una mujer; más aún, su irradiación erótica es femenina justamente por el contraste de llevar pantalones de hombre. En la moda masculina puede constatarse también un incremento de colores pastel, de melenas largas y cuidadas, de perfumes y artículos de joyería. ¿Pero por qué todavía no se han apropiado de las faldas y los vestidos?

Independientemente de todas las cuestiones teóricas, puede afirmarse que aquellas personas cuyas prácticas sexuales no se corresponden con las convenciones hegemónicas de la heterosexualidad forzada siguen sufriendo discriminaciones y medidas represivas. No por nada son precisamente los gays y las lesbianas los que a menudo están expuestos a ataques fascistas. Tanto la división del trabajo según el género, con sus consecuencias jerarquizantes, como la proscripción social de personas que se sustraen a la atribución definida como normal demuestran claramente que la pertenencia a un género forma parte constituyente de la gramática cultural y no es en absoluto un asunto privado, sino una categoría política esencial para el funcionamiento de nuestra sociedad. La heterosexualidad con todas sus consecuencias, como la familia nuclear, la división del trabajo según el género y el sexismo representa una estructura fundamental para la estabilidad de la situación actual. Esta situación, sin embargo, ha sido cuestionada hasta el presente casi exclusivamente en el marco del movimiento gay y lesbiano, de las «queer politics» (política de los homosexuales), aunque el crossdressing, entendido como acto político, tampoco ha sido aceptado por todos. En las manifestaciones del «Christopher-Street-Day» o en el «queer theater», el crossdressing constituye uno de los métodos fundamentales para el juego de cuestionar los estereotipos sexuales. No obstante, cuando en las elecciones a la alcaldía de Chicago, en 1991, se presentó por primera vez un candidato de la «Queer Nation», la confusión no se apoderó solamente de los heterosexuales. Y es que Joan Jett Black no se presentó como «hombre» ala carrera electoral, ni tampoco anunció con el semblante arrebatado la lucha implacable contra la opresión de los homosexuales, sino que era una drag queen que se presentaba a las electoras. Su consigna electoral «Putting camp into the campaign» fue incluso ignorada por la mayoría de las revistas gays. («Camp» es una palabra que designa una forma especial de apropiación de lo estridente, transgresor y hortera, importante sobre todo en el mundo de los gays.) Muchos opinaban que la consigna era demasiado alocada y exaltada, y

Los sueños de Teen Talk Barbie y GI-Joe ...

anunció que una facción de las muñecas quería protestar contra las frases que se les habían impuesto. Por esta razón se habían introducido un total de 300 Barbies y GI-Joes con módulos de textos cambiados en tiendas de todos los Estados Unidos. La meta perseguida era crear conciencia sobre la educación sexista de las niñas y los niños que la BLO consideraba un acto de terrorismo. Los media se abalanzaron en seguida sobre el tema, lo difundieron en las noticias e incluso buscaron a niños que hubiesen comprado por error una de estas Barbies manipuladas. La nueva versión de Barbie apareció incluso en la famosa serie de

Los sueños de Teen Talk Barbie y GI-Joe .

dibujos animados «La familia Simpson». La empresa Mattel lo desmintió: ellos no habían recibido ninguna reclamación. La explicación para este hecho era muy simple: las niñas que habían recibido una de esta muñecas transgresoras de los roles de género no querían renunciar a esta pieza original, puesto que un GI-Joe al que le gusta ir al colegio y una Barbie que no tiene piedad con el enemigo son mucho más interesantes que la aburrida versión original.



que desacreditaba los objetivos y las reivindicaciones serias de los gays y las lesbianas.

También es interesante que haya muchos más «hombres» que «mujeres» que practican el crossdressing. Eso se explica quizás por el hecho de que la sexualidad de las mujeres sea más evidente en el discurso general y dominante de los géneros, mientras que a los hombres se les considera más como «hombres» (en el sentido de representantes de los seres humanos, hecho que queda bien manifiesto en el castellano, ya que ni siguiera existe una palabra especial para el conjunto de »hombres y mujeres». Sólo existe «el hombre»). Un hombre puede representar una mujer añadiendo a su atuendo normal simplemente algunos atributos, como por ejemplo pintarse los labios, ponerse una falda o mover las caderas de manera «femenina». Para las mujeres, en cambio, eso no es tan fácil, también porque los vestidos de hombre ya no constituyen un tabú para ellas. Cuando abandonan las típicas formas «femeninas» de autorrepresentación y adoptan formas «masculinas» de vestir y de comportamiento, no crean la imagen de un hombre, sino de una mujer poco atractiva, puesto que el único signo claro para la pertenencia al género masculino es la barba. Por esta razón resulta mucho más difícil para las mujeres parecerse a un hombre con manifiesta sexualidad masculina que a una mujer sin sexo, cuando quieren romper con las normas tradicionales de vestir y de comportamiento.

A pesar de estas dificultades, el crossdressing se muestra como práctica importante en la cotidianidad de la guerrilla de la comunicación, puesto que cuestiona de modo radical ideas estereotipadas y subconscientes no sólo para el público, sino también para aquellos que se atreven a entrar en este juego.



«¡Bravo, se ha acabado la mantequilla!»

Goering en su discurso de Hamburgo: "El acero es lo que siempre ha fortalecido el imperio. La mantequilla y el sebo como mucho han engordado al pueblo."

(Fotomontaje de Jonh Heartfield, 1935)

Textual poachers
Cazadores furtivos en la vorágine de textos

James T. Kirk (T. como «Tomcat»), el capitán del Enterprise, el hombre de todos los hombres, el capitán más joven de todos los tiempos de una flota galáctica, se ve confrontado con un problema excepcional de orientación sexual y de solidaridad humana: Kirk y Spock han naufragado en un planeta desértico y Spock enferma de «pon farr», una fiebre de emparejamiento de carácter ansioso y mortal.

Si no es capaz de proporcionarle alivio sexual su muerte es inevitable. Poco a poco y a pesar de que le repugna la idea, se da cuenta de que la única posibilidad de salvar a su amigo consiste en prestársele como pareja sexual. Cuando se pone en acción, se dice a sí mismo: «Nadie te obliga a disfrutarlo». Pero la solución del problema no es tan fácil. Enfadado de que Kirk pretenda vulnerar su intimidad, Spock se resiste primero, hasta que acaba por dejarse llevar por sus razonamientos, su deseo y su placer. «Le atravesó una sensación de alivio, y Kirk se detuvo un momento cogiendo a Spock en sus manos. No se atrevió a mirarlo, pero sin mediar palabra los dos sabían que funcionaría». Spock sobrevive, Kirk lo soporta (¿o había sido algo más que sólo soportable?), y los dos vuelven a la nave Enterprise. Los días siguientes, Kirk se siente vejado por fantasías sexuales y Spock encuentra una expresión más espontánea de sus sentimientos a través del análisis del esperma de Kirk («Es fascinante, capitán»).

Jenkins, Henry: *Textual Poachers*, Nueva York, Londres, 1992.

Las primeras y aún muy cautas historias «slash», es dedir, descripciones de sentimientos homoeróticos y de «coming outs» (debuts) de héroes supermasculinos de series de TV se hicieron a principios de los años 70, cuando los fans empezaron a sospechar que los sentimientos que Kirk y Spock tenían el uno por el otro eran más fuertes que los que sentían por las diferentes mujeres que cruzaban sus caminos en los episodios originales. Estos fans escribían textos propios al estilo de «Star Trek» en los cuales describían situaciones de crisis existenciales que conducían a la «primera vez». Los «slashes» se producían en el contexto de una amplia cultura de fans que se desarrolló ya en los años 70 en EEUU, y en el marco de la cual se fundaron muchos clubs y fanzines propios. La opinión pública de Estados Unidos tilda a los fans de «freaks» del consumo y descerebrados que compran todo lo que lleva la etiqueta de su programa preferido, o de criaturas emocional e intelecutalmente inmaduras que no saben distinguir entre realidad y ficción.

Rushkoff, Douglas: *Media Virus. Die geheimen Verführungen in der Multi-Media-Welt*, Frankfurt, 1995.

Una posición opuesta a la versión de los abúlicos drogadictos de la tele afirma que en las series de televisión, sus historias y figuras subyace un inmenso potencial subversivo que ha causado un profundo cambio en la visión del mundo y la recepción de la producción de sentido de los medios de





comunicación en EEUU. No obstante se debería tratar con cautela esta visión tan eufórica. Una tercera versión parte de la idea de que los efectos de una serie televisiva dependen del trato que sus receptoras le den: «Los conocimientos y símbolos predeterminados son utilizados y manipulados por los usuarios que no los han hecho. El lenguaje creado por una clase social tiene la capacidad de extenderse en su entorno, hasta los "desiertos" sobre los cuales, aparentemente, todavía no existen interpretaciones comparables; pero por este camino caerá en la trampa de su propia apropiación, es decir, que se verá asimilado por una vorágine de procedimientos invisible para el ocupante justamente por su condición de vencedor». Pues los sujetos no se constituyen como inidividuos cerrados, sino que sus experiencias fragmentadas y diferentes les abren el acceso a toda una serie de diversos códigos y campos de significación semiológicos. Eso explica no sólo cómo se constituyen las diferentes lecturas del entorno, es decir, en nuestro contexto, de las series televisivas, sino también de las diferentes maneras de recepción que sufren estas nuevas interpretaciones a través de otras lectoras. Los «textual poachers» delante de la tele no leen el texto principal, tendencialmente heterosexual o asexual, sino el subtexto homoerótico, y a partir de aquí elaboran nuevas narraciones.

De Certeau, Michel: *Arts de faire*, Paris, 1990

Los primeros slashes toparon con una fuerte resistencia dentro de la cultura de los fans y fueron tildados de «character rape» sin calidad, es decir, de violación de las necesidades de los fans de identificarse con sus ídolos. Esta discusión ha perdurado hasta hoy y es señal de que los textual poachers atacan con sus trabajos creativos un punto neurálgico y ejercen un efecto persistente en la cultura de los fans y en los conceptos de identidad. Mientras que las pequeñas astucias y prácticas cotidianas de la reutilización son difíciles de percibir, con los textual poachers se ha desarrollado una cultura manifestamente palpable de la tergiversación y manipulación de los carácteres y temas de series televisivas. Son sobre todo mujeres las que escriben y leen slashes. Manipulan imágenes del cuerpo con connotaciones femeninas y conceptos sexuales, y encuentran en el distanciamiento por medio del género en la literatura trivial así como en la utilización de protagonistas masculinos un lenguaje para sus ideas y fantasías eróticas. El potencial utópico de estos textos pornográficos reside en el hecho de que se superen aquí las típicas descripciones reaccionarias y sexistas de los productos tradicionales de este género literario. En vez de sexo duro se encuentran como elementos centrales de la descripción erótica la reciprocidad, la sensibilidad y el cariño, tal como muestra una secuencia de los polis de la serie «Strasky y Hutch», en la que disfrutan en una escena íntima de los agradables sentimientos del «después»: «Brazos suaves y sedosos le rodeaban. Hutch abrió

Desalojan al President Pujol

El 28 de octubre de 1998, una brigadilla del movimiento okupa procedió a un desalojo simbólico de la residencia de vacaciones del presidente de la Generalitat, Jordi Pujol, en Queralbs. Se tapió la puerta de entrada para que el «presi» conociera las mieles de verse echado de su propia casa y con la puerta precintada. El derribo que suele seguir en estos casos al desalojo, se dejó para mejor ocasión. Tuvo suerte, el «presi», por esta vez...

Existen una serie de grupos en Estados Unidos, sobre todo en California, que practican mediante sus «pranks» (travesuras) una forma de guerrilla de la comunicación. La Barbie Liberation Organization (BLO), por ejemplo, realizó una acción de sustitución (reverse shoplifting) que tuvo mucha repercusión en los medios de comunicación. La acción consistía en sustituir los módulos de habla de las muñecas Teen Talk Barbies y los muñecos GI Jones para crear confusión en los juguetes respecto a los roles sexuales.

http://www.reed.edu/cosmo/art/BLO/BLO.html

El Institute of Sociometry, con sede en San Diego, no sólo reparte carnets oficiales a sus miembros y organiza encuentros de sociometría, dispuso también la colocación de letreros de aviso en las autovías cercanas a la frontera con México. Al contrario que la policía de fronteras, que advierte contra los inmigrantes ilegales que pueden cruzar repentinamente la calzada, el Institute of Sociometry advierte en sus letreros, además, contra la policía de fronteras que los persigue. Asimismo divulga el Institute of Sociometry Report – by and for members (informe hecho por y para los miembros), en cuyo primer número también se encuentran «los procedimientos oficiales de trabajo de la BLO». Según su propia definición, la «sociometry» es el análisis cuantitativo de los individuos y sus relaciones con los grupos. El instituto subraya al mismo tiempo que todo eso no tiene nada que ver con

Try the "Institute" on line at http://gyaserv1.ucsd.ed/pbergman/pete.html

los ojos y miró la luz del sol que el agua reflejaba. Sentía un calor agradable a su lado y debajo de él,... Se besaron antes de pronunciar la primera palabra».

Historias homoeróticas sobre los ídolos de series rompen la norma del héroe heterosexual e inventan contraimágenes de las formas más represivas de la identidad sexual. Con sus ideas acerca de alternativas a la actual relación de sexos constituyen una forma de enfrentamiento tan placentero como provocativo con las ideas del cuerpo y las atribuciones de roles.

No se puede saber nunca la manera en que estas reutilizaciones y apropiaciones son interpretadas a su vez por los que se ven confrontados con ellas. Pero sí es posible describir la normalidad, el discurso hegemónico. Y si éste puede ser roto mediante tales intervenciones interpretativas y transformadoras, se crea un espacio para interpretaciones disidentes y el cuestionamiento de esta misma normalidad.

Desalojan al President Pujol



matemáticas o ciencias, sino que se trata ante todo de una «guerilla sociometry».

El Center for the Land Use Interpretation (CLUI) (Centro para la Interpretación del Uso del Territorio) de Los Ángeles es también una organización de investigación «sin ánimo de lucro». En su «interpretación del uso del territorio», el CLUI centra su interés en lugares bien determinados. En 1996, por ejemplo, el centro levantó un monumento en el punto de Nuevo México donde en 1957 un bombardero B-36 perdió una bomba de hidrógeno. Un lugar igual de importante es la base de laboratorios y ensayos en el desierto de Utah, donde se desarrollan y se hacen ensayos con armas biológicas y químicas (United States Army Dugway Proving Ground): «Uno de los complejos militares más destacados de Estados Unidos». Para otorgar a estos lugares su bien merecida atención, el CLUI coloca anuncios con fotografías que avisan a los viajeros del especial atractivo fotográfico de dichos sitios. El CLUI publica además una guía ilustrada con el título de The Nevada Test Site: A Guide to Americas Nuclear Proving Ground (El territorio de ensayos de Nevada: una guía por los lugares de pruebas nucleares de Norteamérica). Asimismo ofrece una minicámara turística con la cual el observador puede emprender un «Nevada Test Site Tour» (una ruta por el territorio de ensayos de Nevada) desde el lugar seguro de su casa. También se puede adquirir una camiseta con el emblema creado por ellos para esta campaña: «Be a walking PhotoSpot» (sé un anuncio fotográfico andante).

http://clui.zone.org/clui.html

El happening y el teatro invisible

Un uso diferente del espacio público

El teatro invisible y el happening son formas de intervención política que hacen del espacio público un escenario totalmente diferente. Ambos se sirven de elementos teatrales. Pero mientras que el teatro invisible realiza sus puestas en escena normalmente de forma disimulada, en el happening se emplean abiertamente préstamos del ámbito teatral (máscaras, escenarios, accesorios, etc.). Las dos formas se basan en tomar la iniciativa en el espacio público y utilizar las posibilidades de actuación que allí se les ofrecen.

Happening: ¡La revolución es el teatro de calle!

En los años 60, los happenings se hicieron famosos en cuanto acciones políticas de masas que desacreditaban los rituales de manifestación rígidos y totalmente organizados de los grandes partidos. La ruptura con las estructuras sociales encontró en los happenings su forma de acción política adecuada. La ⊙ *Internacional Situacionista*, la ⊙ *acción subversiva* y los ⊙ ***yippies*** practicaron múltiples formas de happening como intervención simbólica, acción perturbadora, sentadas, bloqueos, etc. En estas intervenciones se puede observar un cambio continuo de un activismo meramente simbólico, al principio, hacia conceptos en los que aparecen las relaciones reales de forma quebrada o ligeramente transformada. En los años 70, los happenings pervivían sobre todo en el entorno de la Autonomía italiana (⊙ ***Indiani Metropolitani***) y después como «Spaßguerilla» (guerrilla divertida) en el contexto del movimiento social del 81 en Berlín.

Desde sus principios, el happening está estrechamente emparentado con los más diversos activismos artísticos y con las formas de teatro experimental. En el centro de sus planteamientos se encontraba la idea de una transgresión de las condiciones existentes. Pero si en los ámbitos artísticos y teatrales esta transgresión a menudo ha sido percibida en un sentido existencialista o metafísico (Bataille, Artaud, Beuys, Nitsch), en el happening político se trata de una transgresión de las normas sociales y de los discursos hegemónicos mediante una acción concreta, es decir, de hacer lo que estaba prohibido hacer. De este modo, los happenings articulan además siempre una crítica a las ideas de la burguesía ilustrada acerca de la opinión pública y del supuesto intercambio libre entre individuos supuestamente libres. A esto oponen la agitación directa y la confrontación, el enfrentamiento provocador e ingenioso a favor de un espacio público como lugar donde puedan manifestarse los conflictos sociales. Los happenings ofrecen durante un instante la posibilidad de superar el tradicional reparto de los papeles de actores y espectadores, los rituales de hablar y escuchar, de actuar y permanecer pasivo. Trastornan por un momento la ⊙ *gramática cultural* del espacio público,

Okupación gandhiana (Valencia, 30-1-00)

Tres "gandhis" del Moviment d'Objecció de Consciència (MOC), apoyados por unas 30 personas, se introdujeron en el cuartel de San Juan de Valencia y procedieron a clausurar el recinto, precintando la puerta y garitas, cañones, etc., con cinta de embalar. La sorpresa y pasividad de la guardia, que les había permitido incluso colgar una pancarta en la fachada con el lema «Insumisión en los cuarteles», se terminó cuando los tres antimilitaristas se disponían a precintar el mastil de la bandera. La policía interrumpió a los 15 minutos la posterior merienda en los jardines del cuartel y detuvo a un insumiso-desertor presente en la acción.

La historia de la Cacophony Society (Sociedad de Cacofonía) empezó en San Francisco con un concurso de ⊙ lanzamiento de pasteles. Luego se transformó en el Club de Suicidas, hasta adoptar en 1986 el nombre de San Francisco Cacophony Society. Existen más «delegaciones locales» en Los Ángeles, Portland y Seattle. La Cacophony Society cuenta con unos 600 «merry pranksters» (pranksters felices) y no dispone de una organización rígida. Realizan todo tipo de acciones, con especial dedicación, quizás, a los ⊙ happenings y al ⊙ teatro invisible. La Cacophony Society se entiende a sí misma como un movimiento underground, sin vinculaciones políticas, sin estructuras ni reglas fijas y sin presidente, y como «often nonsensical» (a menudo sin sentido). Editan con regularidad en Los Ángeles boletines de información. La Cacophony Society ⊙ inventa organizaciones, ⊙ fakea acontecimientos y realiza fiestas ilegales como happenings. Los mensajes políticos explícitos le son ajenos. La vocación por el sinsentido y el caos («Support the powers of chaos in your community» = apoya los poderes del caos en tu comunidad) domina la mayoría de sus acciones. Y su última «helter skelter-party» (fiesta caótica) con las últimas películas de Charles Manson fue realmente muy buena. ⊙

Tales from the Zone. Calendar of the Los Angeles Cacophony Society – http://www.alumni.caltech.edu/~reynard/la_caco/la_caco.html, y en San Francisco: The Rough Draft – http://www.zpub.com/caco/

Okupación gandhiana .



Kommune 1

Kommune 2 y rebeldes del hachís

Jueves, 6 de abril de 1967. El diario Bild de Axel Cäsar Springer grita a sus lectoras en grandes titulares: «Planeado – Berlín: Atentado con bomba al vicepresidente de Estados Unidos». El día antes del supuesto «atentado», los maderos descubrieron un «taller del terror», donde intervinieron una extraña sustancia pegajosa y gelatinosa. Los químicos de la pasma necesitaron tres días enteros para descubrir de qué materia especial era el «material explosivo» intervenido. Fritz Teufel, Rainer Langhans y compañía —todos ellos miembros de la Kommune 1 (K 1), centro de espanto de los buenos ciudadanos— habían cocido diez kilos de polvos para flan, colorantes y harina para producir las bombas de calorías más dulces desde que existen presidentes. Pero nadie les agradeció este amable homenaje al vicepresidente Hubert H. Humphrey, quien había declarado en público que el flan era su postre preferido. Fueron acusados de «haberse reunido con fines conspiradores». Se escribió mucho sobre el «atentado del flan» en la prensa de todos los países; pues hasta entonces la producción de postres nunca había sido considerada terrorismo. Aunque esta iniciativa al final resultó ser un comienzo fallido, sus iniciadores marcaron durante mucho tiempo la imagen pública del movimiento antiautoritario.

Langhans, Rainer/Teufel, Fritz: *Klau mich*, Frankfurt/Berlín, 1968. Cfr. tamb. entrevista con Dieter Kunzelmann en: Dreßen, Wolfgang y otros (ed..): *Nilpferd des höllischen Urwalds*, Berlín 1991, pp. 202 ss.

Como «comité provisional para la preparación de la autoorganización estudiantil», la K 1 reventó — provistos de chapas de Mao— una asamblea de 6.000 estudiantes del ASTA (parlamento estudiantil) de la Universidad Libre de Berlín. Distribuyeron una «octavilla acerca de la idiotez de los especialistas», invitando a los asistentes a dejar la universidad, ponerse a trabajar y a comprar con el sueldo una casa para convertirla en comuna, donde practicar el amor libre y organizar cursos para la formación de un partido. El objetivo sería formar ○ provos que se desplegarían por toda la sociedad e iniciarían acciones pertubadoras para poner en marcha la rueda motriz de la revolución. Motivado por el deseo de un cambio radical, el movimiento antiautoritario —la K 1 era uno de sus productos—quería sacudir los cimientos petrificados de la sociedad. Cobró su potencial revolucionario al considerar que lo individual y lo social eran igual de importantes a nivel político y que, por tanto, no podían ser contemplados por separado. La transformación propia no debería ser vista como un asunto personal, como hasta entonces, sino como aportación a un cambio radical de la sociedad.

Durante algún tiempo los futuros miembros de la comuna (Fritz Teufel, Rainer Langhans, Dieter Kunzelmann, Uschi Obermaier, etc.) encontraron cobijo en el piso berlinés del escritor Uwe Johnson. Proclamaron la revolución de la vida cotidiana: la familia nuclear burguesa debía ser reemplazada por el colectivo. La opinión pública se fijó, sobre todo, en su llamamiento a la promiscuidad. Pronto las acciones de la K 1 consiguieron fama internacional, y más cuando que en otros países existían grupos con ideas políticas parecidas. En

«Quien se acuesta dos veces con la misma (sic) es ya parte del sistema.»

posibilitando de este modo una forma más divertida de enfrentarse con el poder.

Los grandes análisis políticos son para el happening menos importantes que las referencias y los puntos de contacto regionales (desde el happening artístico de los años 60 en Ulm que juega con el trabalenguas «In Ulm, um Ulm und um Ulm herum» [En Ulm, por Ulm y en torno a Ulm]), hasta las acciones del ○ *KPD/RZ en los años 90*). El fin de estas acciones es la apropiación o la defensa de determinados espacios públicos (barrio, universidad, casas okupadas, etc.) o medios de comunicación (por ejemplo, ○ *Radio Alice*) sin caer en la trampa de copiar formas autoritarias y burocráticas. Se intenta afirmar lugares subversivos dentro del espacio «urbanizado» alienado. Al contrario que el teatro de agitación, del «agit-prop», los happenings no pretenden transmitir un mensaje claro y conciso. La diferencia entre un texto argumentativo claro, que pretende convencer a los demás, y el actuar-hablar indirecto y basado en la experiencia de los happenings se puede mostrar claramente con el ejemplo de los ○ *lanzadores de pasteles* del entorno de los yippies. La diferencia entre tomates o huevos podridos tirados a la cabeza de algún político y de una tarta de fresas con nata bien emplazada en medio de la cara del atacado resulta evidente: los tomates y huevos son críticos, las tartas son cómicas. Estas últimas, sin embargo, despliegan su potencial político-subversivo sólo en determinados contextos con sus correspondientes objetivos.

¿Pero quién o qué define que el happening ha sido un éxito? ¿La publicidad que ha alcanzado? ¿El número de personas que han participado en él? ¿U otros efectos conseguidos? Como en la mayoría de los casos no se puede hablar de resultados «medibles», el «valor» político de tales acciones es a menudo controvertido. Pero los happenings son política simbólica y sería erróneo medirlos por sus consecuencias reales, puesto que no buscan «resultados contabilizables». Sus efectos se muestran más bien a otros niveles. Se sirven de un espacio o de una situación politizada y los transforman con la ayuda de diversas técnicas de guerrilla de la comunicación.

La cuestión de si las acciones simbólicas tienen sentido o si sirven exclusivamente para la autoescenificación depende del contexto, es decir, de las circunstancias en las que se realizan, o bien de la propia producción de autoescenificación. El ejemplo de los yippies de Estados Unidos, que –siguiendo la teoría de Marshall McLuhan– prefieren operar en y con los medios de comunicación en vez de recurrir a los mensajes con contenido, demuestra lo bien que pueden funcionar los comportamientos ambivalentes. Ellos llegaron incluso a negar efectividad al conocimiento cognitivo y a la transmisión de información lingüística. Cuando en el año 1967 se propusieron hacer levitar el Pentágono, lo que pusieron en marcha fue una «revolución de las cabezas» con guarnición psicodélico-espiritual que pretendía aclarar de paso

«Burn, warehouse, burn!» o de cómo la K 1 inventó un incendio intencionado

El 24 de mayo de 1967, la Comuna 1 publicó una octavilla («Ensayo de una nueva forma de manifestación en Bruselas»). Declaraban a posteriori que un incendio en los grandes almacenes À l'Innovation, en Bruselas, que costó la vida a 300 personas, había sido el resultado de un «maxihappening» contra la guerra de Vietnam; inventaban un motivo político y afirmaban que el incendio fue intencionado. Decían: «Nuestros amigos belgas consiguieron su objetivo de hacer participar a la gente en el divertido juego de Vietnam: pegan fuego a unos grandes almacenes, trescientos ciudadanos saturados terminan su

excitante vida y Bruselas se convierte en Hanoi». La policía belga callaba —según la octavilla— la verdadera causa del incendio para evitar que alguien imitara este acto. En otra octavilla («¿Por qué ardes, consumidor?») se decía: «Unos grandes almacenes en llamas con gente ardiendo transmite por primera vez en una metrópoli europea la sensación crepitante de Vietnam (de estar allá y de quemarse con los vietnamitas), una sensación que todavía echamos de menos en Berlín. [...]Nosotros, que estamos abiertos a todo lo nuevo, no podemos dejar de expresar nuestra admiración —siempre que no se sobrepase la justa

el entorno de los ○ yippies de Estados Unidos se publicó, por ejemplo, un libro con un título casi idéntico al conocido Klau mich (róbame) de Teufel/Langhans (Abbie Hofman: Steal this book). Coincidieron también en la elección de sus medios; en los dos grupos predominaba la provocación mediante ○ happenings políticos agresivos. En los happenings participaban normalmente centenares de manifestantes disfrazados con mucha imaginación. Un día, el Ejército de Salvación se encontró en apuros cuando estaban cantando su serenata en la calle Kurfürstendamm de Berlín, ya que la policía los confundió con miembros de la comuna. Con la táctica de jugar a «la liebre y el erizo» aprovechaban cualquier ocasión, sin recurrir a la violencia física, para provocar a las fuerzas del orden y ridiculizarlas. Los activistas de la K 1 dominaron a la perfección la táctica del desvelamiento de estructuras autoritarias. Sus acciones provocaban reacciones indiscriminadas por parte de la policía, de la que tampoco se salvaban los ciudadanos-espectadores.

Numerosas acciones de la K 1 tenían rasgos de espontaneidad dadaísta. «No se exagera afirmando que las formas de acción específicamente antiautoritarias adquirieron carácter masivo justo en el momento en que la Sozialistische Deutsche Studentenbund (SDS [Alianzade Estudiantes Socialistas Alemanes]) se fusionó con una línea que históricamente se remontaba al dadaísmo berlinés».

Los medios de comunicación convirtieron la experiencia de la K 1 en una central de espantaciuda-

Siepmann, Eckhard: «Die Negation der Negation als brennender Weihnachtsbaum». En: Siepmann (red.): *Heiss und kalt*, Berlín, 1988, pp. 636-645.

la cuestión del poder. Este mensaje no se «transmitió» mediante un texto esclarecedor, sino mediante un happening escenificado para los implicados y los espectadores (de la tele).

Los elementos simbólicos desaparecieron prácticamente por completo en los happenings de la guerrilla divertida de Berlín. En su lugar se introdujeron más «estrategias afirmativas» (○ *afirmación subversiva*) en las diferentes formas de ○ *teatro invisible* y visible, influenciadas sobre todo por las discusiones teóricas francesas de principios de los años 70. Accionistas disfrazadas (al estilo de Franz Josef Strauß [antiguo presidente de Baviera], de señora con pieles de visón del barrio rico berlinés de Grunewald o de «joven derechista» con una chapa con la imagen de Kohl) exigieron en un mitin del senador para Urbanismo, el conservador Heinrich Lummer, más medidas drásticas contra los okupas y manifestantes para remitir así a las relaciones de Lummer con la extrema derecha. La inauguración de la gran exposición sobre Prusia en el edificio Gropius fue perturbada por una representación de hombres desnudos, pero con las caras tapadas, que se se dieron a conocer como «TUWAT» («HAZALGO» en dialecto berlinés) y que llamaron de esta forma la atención sobre la convocatoria de un congreso de autónomos. Una «Iniciativa de amistad germano-americana» convocó al mismo tiempo una gran manifestación en favor de la visita del ministro de Asuntos Exteriores de Estados Unidos, Alexander Haig, en septiembre del 81, precisamente como

«Burn, warehouse, burn!» ...

medida— por lo que de atrevido e innovador subyace, a pesar de toda tragedia humana, en el incendio de los grandes almacenes de Bruselas». En la última octavilla («¿Cuándo arderán los grandes almacenes de Berlín?»), la fiscalía vio una invitación abierta a «manifestarse» también en Berlín con almacenes en llamas en favor de Vietnam: «No os extrañéis [...] si en los próximos tiempos se produce un incendio [...] Bruselas nos ha dado la única respuesta posible: Burn, warehouse, burn!» Los ataques verbales de la K 1 habían

«horrorífica comuna estudiantil que ha institucionalizado los cambios de pareja frecuentes» (*Spiegel*, nº 29, 1967, en referencia a la K 1).

danos, y todos los siguientes prejuicios contra generaciones de pisos compartidos estuvieron marcados por esta imagen deformada, a pesar de que el verdadero día a día de la K 1 en realidad había sido bastante pequeñoburgués. Las fotos de Uschi Obermaier fumando un porro fueron más bien un trabajo de encargo para la prensa y se vendieron a las revistas de información Stern y Spiegel. La campaña de difamación por parte de los periódicos del magnate Springer consiguió convertir a los de la K 1 en peligrosos enemigos del Estado. Su criminalización llevó a mucha gente de su entorno a distanciarse de ellos. Pero los miembros de la K 1 que eran juzgados, entendieron las vistas en la audiencia como una amable oferta por parte del Estado, que les ponía a su disposición un escenario para nuevos happenings. Desvelaron al procedimiento judicial como ritual del poder. En marzo de 1968, un reportero del Spiegel se lamentaba en un artículo del aspecto de Teufel que, según él, suponía «la deshonra total de la manera de vestir occidental». De este proceso viene también la legendaria frase que Teufel dijo acerca de la orden de levantarse ante el tribunal: «Bueno, si eso ayuda a encontrar la verdad». Con una frase así desmontó la exigencia de subordinación de la justicia burguesa que se impone en la sala de audiencias mediante convenciones formalizadas (○ gramática cultural). Cuando se le pidió a Teufel someterse a un dictamen psiquiátrico, él manifestó no tener ningún inconveniente en hacerlo, siempre y cuando el juez y el fiscal se sometiesen también a tal reconocimiento.

manifestación en contra de esta visita. Pero después de largas discusiones dentro del «movimiento» la mani fue desconvocada. En su lugar se organizó una obra de teatro en el Metro con hombres y mujeres vestidos de mujeres de la limpieza que tiraban piedras de poliespán contra «terroristas». Los viajeros fueron involucrados en discusiones entre «población trabajadora» y «gandules criminales».

La «*Spaßguerilla*» se entendía como una forma especial de expresión del movimiento del 81, desmarcándose abiertamente del del 68. Su «diversión radical» (radikaler Spaß) surgía de la convicción de que ya no había nada que perder («No future»). Esta delimitación por lo que se refiere a utopías sociales, a posibles maneras de vida colectiva (comunas y alternativas), a la influencia en la sociedad y también en cuanto a referencia de la cultura pop (hippies contra punks) sigue estando clara hoy en día. Por lo que se refiere a las formas específicas de acción, en los happenings se muestra, sin embargo, una sorprendente continuidad que desde el movimiento del 68 pudo influenciar la manera de entender la política a principios de los 80, una manera nueva, no esclarecedora, que buscaba la confrontación y que cuestionaba también muchas certidumbres de la izquierda.

«Burn, warehouse, burn!» .

tocado un punto neurálgico: los grandes almacenes como símbolo del mundo capitalista de mercancías y como expresión de normalidad en la sociedad de consumo. Sólo la idea de que el lugar del cotidiano delirio consumista pudiera ser amenazado con ataques terroristas ya rebasaba el límite de la provocación. El siguiente acto de esta representación tuvo lugar en la sala del juzgado.

La Comuna 1 fue el símbolo de una fase del movimiento antiautoritario en cuyo centro se encontraban los procesos de aprendizaje permanente, pero también los esfuerzos por cambiarse a sí mismo. Es posible que sus formas ritualizadas de acción hayan entrado en la «pendiente irresistible de los procesos de valorización que se autoalimentan» y que Teufel, Langhans y compañía se hayan realmente convertido en «provocadores mentalmente entrenados de la sociedad mediática capitalista» y en «sus suministradores dependientes». No obstante, contribuyeron mucho al desarrollo de la acción espontánea, la iniciativa colectiva y la autoorganización cara a la emancipación del sujeto histórico. Los miembros de la comuna oponían al poder del Estado la creatividad; a las armas, la movilidad; a la brutalidad, la pasión; a las porras, el lenguaje. Consiguieron que el Estado socavara su propia legitimidad por su actuación brutal y desproporcionada.

Especial de *Spiegel*, *«Die wilden 68er»*. Hamburgo, 1988.

La K 1 marcó la imagen social de la generación del 68, si bien en la oposición extraparlamentaria al final acaba dominando la política seca y sosa. Las diferencias ideológicas cada vez más acusadas acabaron en 1967 con la exclusión de la K 1 de la SDS. Se les acusó de «falsa espontaneidad», de «sobrevaloración« y de «huida de la realidad». A despecho de todas las diferencias, la K 1 continuó con sus acciones, en parte apoyadas por miembros de la SDS. El proyecto K 1 fracasó finalmente por sus contradicciones internas.

Hubo también mujeres que se distanciaron de la K 1, sobre todo aquellas que más adelante atacaron con tomates el dominio de los hombres en la SDS. Gretchen Dutschke-Klotz criticó las ideas políticas de la K 1 diciendo que los hombres de la K 1 «parecían tener principalmente un objetivo, el de convertir a las mujeres en sus objetos sexuales comunes». Frases como «A mí qué me importa la guerra de Vietnam; yo tengo que solucionar mis dificultades para llegar al orgasmo», de Dieter Kunzelmann, podían conducir a tales suposiciones. La práctica social cotidiana de la K 1 estaba marcada por influencias sexistas-patriarcales. No obstante, fue paradójicamente esta insistencia en el factor subjetivo la que contribuyó luego a preparar el terreno para el cuestionamiento de este patriarcalismo. Además hay que decir que la idea de una revolución sexual no era exclusivamente una cosa de hombres; un trato más abierto de la sexualidad, la anticoncepción y la idea de una responsabilidad colectiva por los hijos, significaba también para las mujeres un paso hacia la liberación. Tal práctica se realizó, sin embargo, más bien en la Kommune 2 (K 2), una escisión de la K 1, fundada por Jan Carl Raspe, Heike Brandt y otras, como contestación al narcisismo, al culto de los ídolos y a la instrumentalización de algunos compañeros proletarios por parte de miembros de la K 1. La K 2 intentaba llevar a la práctica la reivindicación de Rudi Dutschke de «revolucionar a los revolucionarios» como «condición previa a la de revolucionar a las masas», una exigencia que la K 1 no pudo o no quiso cumplir.

Kommune 2: «Kindererziehung in der Kommune». En *Kursbuch*, nº 17, 1969, pp. 147-178.

Al mismo tiempo se formó el «Consejo Central de los rebeldes nómadas del hachís» («Zentralrat der

Uniformes de gala y cuerpos desnudos

Cada año, en la verbena del uno de mayo, se celebra en Tubinga un extraño ritual primaveral: las corporaciones estudiantiles saludan con cantos el comienzo del mes de mayo. Los miembros de estas asociaciones de hombres se reúnen por la tarde en sus locales en el Österberg. Después del consumo ritual de alcohol empiezan poco antes de la medianoche su marcha de antorchas (con recogegotas hechos con posavasos) hacia el Holzmarkt, una plaza céntrica de Tubinga dominada por la iglesia Stiftskirche. Van vestidos con trajes de estilo antiguo, en los cuales destacan especialmente las gorras de varios colores, las cintas en el pecho y las puntas multicolores en la trincha de sus pantalones. Delante de la iglesia se alinean y cantan tres canciones: una en latín que alaba los placeres de la vida estudiantil, luego la canción popular «Der Mai ist gekommen» (Mayo ha llegado) y al final una canción sacada del contexto de la revolución fracasada de 1848: «Die Gedanken sind frei» (Los pensamientos son libres).

Pero este canto apenas se puede percibir, puesto que otra parte del ritual es que la izquierda de Tubinga y muchos curiosos también se dan cita a la misma hora en el Holzmarkt para perturbar la manifestación de los estudiantes conservadores, a veces con «argumentos contundentes», pero siempre con el trasfondo de un ruido tremendo (desde caceroladas hasta la «Internacional»). La parte más «contundente», sin embargo, es impedida desde mediados de los años 80 por una presencia policial masiva. Los guardianes del orden crean un ancho espacio vacío entre los dos grupos y evitan así que los estudiantes corporativos sean incordiados con huevos podridos y otras contrariedades. A pesar de ello, la confrontación de los dos grupos opuestos ha mantenido su carácter de un espectáculo de lucha. Este ritual anual es tan conocido que acuden cada vez más equipos de televisión en espera de que puedan captar alguna actuación espectacular.

La coreografía de la puesta en escena: «El Holzmarkt de Tunbinga a medianoche a la luz de las antorchas» suele correr a cargo de las corporaciones y de las fuerzas de orden público. Según el reparto de papeles legalmente previsto, ellos son los actores, mientras que los demás han de conformarse con el rol de espectadores. Aunque estos últimos consiguen normalmente dominar la plaza acústicamente, la convocatoria y el territorio visual quedan, no obstante, en manos de las corporaciones, apoyadas por el cordón de la policía. Pero en 1995, el ritual se llevó a cabo con un pequeño cambio de escenografía.

Aún hoy no se sabe quién organizó las numerosas actividades que llamaron la atención ya antes de la cita. Apareció, por ejemplo, una octavilla de una asociación estudiantil con fama de ser dominada por la derecha, que convocó, bajo el lema «Empezar activos el mayo, para entrar frescos al semestre», al «Primer concurso de cintas y gorras de Tubinga».

Estudiantes corporativos en 1995



Freedom & Sunshine for Giorgio Bellini

Georgio Bellini, ciudadano suizo e impulsor del Eisbrecher (rompehielos), periódico del movimiento juvenil de Zurich, fue detenido en febrero de 1981 por la policía de fronteras alemana para ser entregado a Italia. Una orden de detención italiana le acusaba de «formar y apoyar» una agrupación criminal. Un «Comité para la liberación de Georgio Bellini» realizó a principios de mayo una espectacular acción de solidaridad en Suiza. Pocos segundos antes de empezar las telenoticias de la televisión helvética se presentaron dos personas en la sala de redacción de los estudios y dijeron a los colaboradores de la

umherschweifenden Haschrebellen»). En buena medida, este seudónimo se inventó como parodia de los grupos políticos de estudiantes. Los rebeldes del hachís se pronunciaron en favor de una política militante y de la infracción masiva de la existente ley de estupefacientes. Organizaron en el Tiergarten, un céntrico parque berlinés, varias smoke-ins (fumadas colectivas), ayudaron a buscar abogados para gente perseguida por haber fumado canutos y reivindicaron la legalización de las drogas. En una octavilla explicaban: «Luchamos por poder decidir libremente sobre nuestros cuerpos y formas de vida. Uníos a esta lucha. Formad cuadros militantes en los pueblos y las metrópolis. Cagaos en esta sociedad de seniles precoces y de tabúes. Convertíos en salvajes y haced cosas guapas». De este entorno provenía también una parte del grupo Bewegung 2. Juni (Movimiento 2 de junio) que, a diferencia de la RAF, mantuvo reminiscencias de las formas antiautoritarias de acción, incluso en el secuestro del político de la CDU, Peter Lorenz, o en atracos a bancos (en 1975 repartieron dulces de chocolate, llamados «besitos de chocolate», entre los asustados clientes de dos bancos).
Aunque buena parte de las ideas políticas de todos estos grupos del movimiento antiautoritario podrían considerarse fracasadas, «en un sentido subversivo, de cambio de las formas de vida social, consiguieron un éxito que nunca habían esperado y que perdura hasta hoy». ⊙

Mosler, Peter: *Was wir wurden, was wir sind*, Hamburgo, 1977.
Langer, Günter: «Der Berliner ‚Blues». En: Siepmann, E. (red.): *Heiss und kalt*, Berlín 1988, pp. 649-657.

Kraushaar, Wolfgang: «Fritz Teufel». En: Jacoby, Edmund (ed.): *Lexikon linker Leitfiguren*, Frankfurt a.M., Olten y Viena, 1988, pp. 349-351.

Quien entregara el mayor número de cintas y gorras de uniformes de gala de las corporaciones se llevaría el primer premio. A pesar de las muchas felicitaciones por esta iniciativa, la asociación «fakeada» se distanció de esta convocatoria.

Se ve que también intervinieron otros grupos con ⊙ *fakes* en el acontecimiento. Por ejemplo, con un cartel que anunció una «mesa redonda» entre el catedrático omnicompetente Walter Jens de Tubinga, de tendencia liberal de izquierdas, con el candidato conservador al cargo del rector de la universidad, el catedrático de Derecho, el conde Vitzthum. El título del anuncio de la corporación «Asociación de Estudiantes Alemanes» para la tarde del «canto al mayo» era: «Soldados alemanes: ¿asesinos y violadores? Un encuentro literario en el que se darán cita la República de los Sabios de Tubinga (las corporaciones) y la Cultura del Derecho y Filosofía de toda Alemania (Weimar/Buchenwald)». Pero las espectadoras interesadas se encontraron con las puertas cerradas. Parece que algunas cartas de lectoras de las filas de las corporaciones también eran fakes.

Poco antes de la medianoche se percibía un ambiente tenso en el Holzmarkt de Tubinga. Estallaron algunos petardos y se notaba una agresividad latente. Pero justo cuando las corporaciones se pusieron a cantar, se proyectaron diapositivas del color azul de la tele en la pared de la iglesia Stiftskirche que domina arquitectónicamente la plaza Holzmarkt,

Freedom & Sunshine ...

televisión: «Somos de la policía criminal. Quedan detenidos por un asunto de drogas». Dos personas más, disfrazadas con máscaras de carnaval y gorros con borla, aprovecharon la consiguiente confusión para hacer su entrada en escena. Se colocaron al lado del locutor de noticias y le pusieron —de manera bien visible para los teleespectadores— un cartel ante las narices: «Freedom and Sunshine for Giorgio Bellini» (libertad y sol para Georgio Bellini). Luego le entregaron un papelito donde se podía leer: «Quédese tranquilo y alegre, queridísimo Papá Noel. Ya hemos acabado y ahora puede seguir con lo suyo».

¿Los provos al poder? ¡Jamás!

«Provo never ruled» (Provo nunca mandó) ¿Pero quién era Provo? La revista Kursbuch, en su día el órgano central de la nueva izquierda, analizaba en 1969, cuando el movimiento estudiantil se encontraba en su momento culminante: «Aunque la existencia de Provo haya servido en parte para impulsar las actividades políticas de grupos estudiantiles holandeses y de otros países, ni los planteamientos políticos ni las prácticas organizativas de los provos pueden ser considerados como modelo para un movimiento político que apunte a un cambio total de la sociedad». Muy diferente es la valoración de los provos que hace en 1996 un simpatizante de la nueva generación, el reportero de Amsterdam Kees Stad: «El movimiento provo holandés tuvo una vida muy breve, pero cambió de forma drástica la vida política de Amsterdam y otras regiones de Holanda. Y aunque los provos se disolvieron al conseguir el poder "real", su influjo se sigue notando aún». ¿Una fruslería apolítica o un importante movimiento político? ¿Quién o qué fueron los provos en verdad?
La alteración de la paz por los provos de Amsterdam empezó con el hecho de que algunos artistas ominosos declararan la calle su espacio de acción. Uno de ellos, Robert-Jasper Grootveld, le tenía una fuerte antipatía a la industria tabacalera y empezó a pintar grandes «K» («K» de «Kanker», la palabra holandesa para cáncer) en los paneles publicitarios de cigarrillos. Ya en los primeros años 60 organizó en su casa, el «Centro Mágico del

Böhmer, Konrad/ Ton Regtien: «Provo - Modell oder Anekdote? Zur Funktion und Ideologie einer Protestbewegung». En *Kursbuch*, 19, 1969, pp. 129-150.

mientras que al mismo tiempo empezaba a sonar a toda pastilla un concierto de piano de Chopin. Las imágenes no se podían identificar enseguida. Se veía un club deportivo, al viejo nazi y presidente de la patronal alemana, Schleyer (desgraciadamente muerto), haciendo un discurso, a hombres y a criminales de guerra nazis. Apareció una frase: «Las corporaciones tienen una tradición. Su final también». Luego, al lado, un verdugo con una sonrisa pérfida poniéndoles la cuerda en el cuello. El «Comité de Salvación Pública» se ofrecía al final para cumplir con la tradición: «A nosotros nos gusta ayudar. Hable con nosotros». La gente se reía. El interés de la multitud se desplazó. Quedaban sólo unos pocos que aún se fijaban en el grupo de hombres con antorchas que permanecían apartados en un rincón de la plaza.
Final de la proyección de las diapositivas. Y un nuevo intento de los corporativistas de cantar en la plaza cercada por la policía. Pero fueron superados por la canción «Conquest of Paradise» de Vangelis, aquella canción que utilizaba el campeón de boxeo de la Alemania Oriental, Henry Maske, como himno cuando subía al ring. Esta música es bombástica, y esta tarde incluso sonó a fascistoide. El emblema del «Comité de Salvación Pública» —la guillotina— daba colorido al lema de la acción «Adelanto mediante la técnica».

Y de repente doce mozos empiezan a bailar desnudos por la plaza, cerrada por la policía, sin que nadie sepa por dónde han entrado. Se colocan en la escalinata de la iglesia

Freedom & Sunshine .

Acto seguido se procedía a la segunda parte de la comedia: los dos supuestos policías detuvieron a los perturbadores enmascarados y los liberaron así de las garras de un técnico que quería detener a los «alborotadores». La escenificación salió bien y los «enmascarados» pudieron escapar sin que nadie les reconociera. (Basler Zeitung, 4-5 de mayo de 1981).

Mundo», sesiones antihumo, donde al mismo tiempo se fumaban grandes cantidades de porros. Cuando, en verano de 1965, los «magos antihumo» se unieron con los anarcopacifistas alrededor de Roel van Duyns, las acciones místicas de los primeros se convirtieron en provocaciones, y las pacifistas adoptaron las formas de acción de los provos en vez de seguir con sus manifestaciones-procesiones.

Alguien descubrió que una famosa estatua pequeña, el Lieverdje de la plaza Spui de Amsterdam, había sido donada por una multinacional del tabaco. En vez de volarla, como recomendaron los autores del Kursbuch, los provos organizaban los viernes por la noche unas sesiones muy extrañas que atraían cada vez a más gente joven. La policía cogió la costumbre de provocar altercados cada vez que tenían lugar los ○ happenings. Según Dieter Kunzelmann, los provos fueron los primeros en Europa que —mediante sus protestas— consiguieron convertir la calle en ágora, en «campo de articulación».

Dreßen, Wolfgang y ot. (ed.): *Nilpferd des höllischen Urwalds*, Berlin, 1991, p. 198.

Cuando algunos rebeldes fundaron la revista Provo, el movimiento empezó a arrancar con gran fuerza. De la peña entorno al Lieverdje, del comienzo del movimiento estudiantil y contra la guerra de Vietnam, de la generación de posguerra de jóvenes artistas y políticos y de otros ingredientes misteriosos se formó un cóctel de muchos quilates con enorme éxito. Aparecieron eslóganes y símbolos que nadie podía entender («Klaas kommt!» = ¡Klaas viene!). Pero muchos entendían a pesar de ello que la rabia que se expresaba a través

haciendo señas con la mano en todas las direcciones. Agitan los brazos en el aire, llevando algunos de ellos pancartas con consignas como «Reconciliaos. Misión Urbana de Tubinga» y «Jesús nos quiere a todos», con las cuales primero avanzan hacia los corporativistas y luego hacia la gente concentrada en la plaza. La policía intenta alejarles de los estudiantes corporativistas. Pero ningún poder del mundo puede ya detenerlos. Los corporativistas no entienden qué les está pasando. Hace rato que ya no intentan cantar. Algunos enfurecidos intentan romper el cordón policial y se muestran dispuestos a actos violentos. La policía los retiene. Los doce discípulos del Señor hacen de personal de tierra de Dios y reparten tratados cristianos a las policías y los corporativistas. Luego se retiran paulatinamente de este rincón de la plaza. Las policías aseguran con profesionalidad la retirada. Los desnudos avanzan —siempre haciendo señales con la mano hacia los coporativistas— hacia la multitud de espectadores, rompen el cordón de uniformados de verde y son alzados por la multitud hasta el borde de la fuente al final de la plaza donde entonan, agitando sus pancartas, una canción cristiana. Mientras que el «cielo se abre sobre todos», empieza otra ronda para el así llamado «Show de diapositivas sobre criminales de guerra alemanes».

Entretanto ya ha llegado la medianoche. Los hombres de las corporaciones se retiran, algunos tarareando disimuladamente la melodía de «Conquest of Paradise». La policía

«Hechos desnudos» contra Playboy

En 1969, la Universidad de Iowa invitó a un directivo de Playboy para pronunciar una conferencia sobre sexualidad. En este acto, el experto en cosificación ilustrada de mujeres se convirtió a su vez en objeto. Al poco rato de empezar a hablar, entró una docena de lectoras atípicas de la revista para hombres en la sala completamente repleta. Ya sus rótulos y carteles, con frases como «Read PLAYBOY – your penis will grow one inch!» (lea el PLAYBOY y su pene crecerá una pulgada) o «Playmeat of the month» (en vez de Playmaid = chica Playboy, ponían Playmeat = carne Playboy del mes), hicieron que se le atragantara un

de estos mensajes era una rabia auténtica. Una rabia por el mundo de plástico que les rodeaba; los provos fueron los primeros en plantearse cuestiones medioambientales. Rabia por las masas conservadoras, pacificadas y satisfechas de la sociedad de consumo. Rabia por la hipocresía de la memoria colectiva holandesa: los provos tocaron unas heridas abiertas como la pasada guerra mundial y el hecho de que la mayoría de las ciudadanas no sólo no habían luchado contra los nazis, sino que muchas incluso les habían apoyado.

El gran mérito de los provos, no obstante, estribaba sobre todo en su capacidad de provocar y ridiculizar a las autoridades. Se declararon anarquistas, pero fueron lo suficientemente listas como para no tomarse demasiado en serio. Sus grandes planes fueron siempre tan exagerados que resultaron irrealizables.

Primero llegó el plan «Witte fietsen plan» que preveía la socialización de los principales medios de transporte de Amsterdam. Por toda el área de la ciudad deberían colocarse bicicletas blancas a libre disposición, para que todo el mundo pudiera coger y dejar una bici en el lugar que le pareciera. Con este plan los provos querían eliminar los coches. Pero la policía cargó contra todas las que fueron a la Presentación de la Primera Bicicleta Blanca. Otros «planes blancos» se referían a casas (publicaban semanalmente una lista de pisos y casas vacías) y a chimeneas (chimeneas blancas contra la contaminación del aire). Hubo también un Plan Blanco para el Sexo, un Plan Blanco para la Escuela, Planes Blancos para las Mujeres (para abortar gratuitamente), para Niños y para la Policía. Bajo la

retira en un santiamén las vallas del cordón. La multitud se dispersa por toda la plaza. Desde una calle colateral se oye primero muy bajo, luego cada vez más alto música tecno. En la plaza entra un camión envuelto en una neblina rosa y acompañado de figuras que se mueven convulsivamente, atraviesa la multitud que se está dispersando, avanza por la zona peatonal y la Hauptstraße en dirección Sudhaus, lugar escogido por el «Comité de Salvación Pública» para esta noche con el fin de celebrar una fiesta rave bajo la consigna: «Adelanto mediante el techno».

La intervención del Comité de Salvación Pública de Tubinga desplazó los significados existentes justo hasta el punto de conseguir invertir en su favor la autoescenificación de los estudiantes corporativistas. Lo que se había ideado como escenario para el «canto al mayo», se convirtió en escenario de un happening no codificable a primera vista, que invitó, sin embargo, a la risa con medios artísticos: performance, imagen/diapositiva/collage, sonido/música. En todo caso, «arte en la época de la reprocuctibilidad técnica»: imágenes y músicas ya existentes fueron combinadas de manera nueva. La consigna «Adelanto mediante la técnica» se vio puesta en práctica de un modo algo diferente: mediante proyectores de diapositivas dirigidos por ordenador se consiguió saltar el cordón policial y proyectar imágenes en la pared de la iglesia. Una megafonía de muchos

«Hechos desnudos» contra Playboy ...

poco su discurso. Las activistas del grupo WITCH (Women's Internacional Terrorist Conspiracy from Hell = conspiración terrorista internacional de mujeres del infierno) se sentaron y escucharon, aburridas, algunos minutos las fantasías masculinas que ya no salían con tanta seguridad. Y de repente, se levantaron y se quitaron con toda tranquilidad la ropa una tras otra. Este escenario cobró un carácter casi religioso cuando un activista masculino cogió la guitarra para acompañarlas con música. Esta demostración de hechos desnudos dejó al directivo del sexismo sin palabras. Pero aquí no se acabó la historia: el

consigna: «Pórtate bien con la Policía», se propuso que el amiguete policía con uniforme blanco repartiese cerillas entre las fumadoras, preservativos a menores de edad y muslos de pollo a transeúntes hambrientos. Huelga decir que Provo siempre iba vestido de blanco.

Provo dejó claro que cualquiera con una buena idea podía ser un provo. Nunca intentaron defenderse contra las acusaciones de los políticos o la prensa normal, al contrario: contestaban que eran mucho peores de lo que se decía o escribía. Sus acciones-happenings desembocaban normalmente en fiestas místicas cuyo transcurso caótico no sólo garantizaba su opacidad cara a los guardianes del orden, sino también para la izquierda ortodoxa.

Amsterdam vivió algunos meses furiosos de revueltas permanentes, de manifestantes heridas, de provos cercados por la policía, etc. La policía reducía a porrazos a cualquier persona que llevara tejanos blancos. Desde las manis de los provos, cualquier concentración de personas se había convertido en un acto contra la seguridad del Estado. Cuando los trabajadores de la construcción se declararon en huelga, el 14 de junio de 1966, entre los participantes en los mítines se encontraban también provos, para gran disgusto de los sindicatos. Las protestas de los trabajadores fueron enseguida interpretadas como protestas provo. Y al poco tiempo, la burguesía holandesa veía cualquier movimiento político, fuera del ritual inútil de los debates parlamentarios, como parte de una conspiración urdida por los provos.

Quedó patente que las autoridades se sentían más cuestionados por los ataques provo a la ⊙ gramática cultural que por las protestas tradicionales. En vez de ofrecer un análisis de la función social de la policía y la justicia, Provo actuaba en base a un énfasis subjetivo. Provo consideraba la confrontación con la policía como «ludiek evenement», o sea, como un «acontecimiento lúdico». Provo empezó a extenderse. Pronto hubo en muchas otras ciudades y pueblos grupos provo.

Cuando la princesa y futura reina Beatriz se casó en 1967 con el príncipe y miembro del ejército nazi del Tercer Reich, Claus von Arnsberg, Provo vivió su punto culminante. Consiguieron alterar el séquito nupcial y las transmisiones por la televisión con una niebla de color naranja (el orange es el color de la casa real holandesa) que provenía de enormes bombas de humo. En esta acción se produjo una alianza entre resentimientos burgueses contra la boda de la futura monarca con un alemán y ataques contra la monarquía. En muchas paredes se veía la pintada: «Ik wil mijn fiets teruk» (que me devuelvan mi bicicleta), que hacía referencia a las bicicletas robadas por el ejército de ocupación nazi. La policía reaccionó de manera brutal. Tampoco sirvió de nada que los provos empezaran a vestirse de color orange como prueba de sus convicciones monárquicas.

En 1966, Provo participó en las elecciones municipales: «Stem Provo — kéjje lachen» (Vota Provo y verás qué risa), y ganó un escaño en el consejo municipal. Entonces se les acusó de reformistas. Más tarde se presentaron también

vatios superó con facilidad los cantos al mayo. Y unos focos potentes dirigieron las miradas de los espectadores de las antorchas hacia los hombres desnudos en el lugar vacío detrás de las vallas de la policía. En este punto, sin embargo, se acabó el juego con las virtualidades técnicas, ya que los hombres eran auténticos. Tanto para hacerles entrar en la plaza, como para la instalación del equipo técnico se necesitaba un gran conocimiento del lugar y de sus accesos. Se cuenta que tampoco debía de ser fácil encontrar a personas valientes para esta tarea. Había muchos autónomos bregados en la lucha que se negaron alegando pretextos poco creíbles. No les atrajo el panorama de entrar «sin armas» en el ruedo.

El marco de una confrontación entre gente de izquierda y las corporaciones conservadoras-reaccionarias dentro de un espacio público ritualizado y definido por la derecha se desplazó con la ayuda de un happening. De este modo lograron crear confusión. Los estudiantes corporativos no podían reprimir a veces la risa ante su propio ridículo; cantaban con sus adversarios y se dejaban arrastrar por sus actos. Las espectadoras que habían acudido para asistir a la cita anual del canto al mayo se divertían con el Comité de Salvación Pública, aunque no estuvieran de acuerdo con el mensaje político de algunas de las diapositivas.

La risa de la multitud puede atribuirse en parte al rechazo bastante extendido de las corporaciones estudiantiles; y también a las ganas de vivir espectáculos. Pero hay que añadir algo más: el contraste entre las dos versiones de virilidad expuestas en la plaza. Los cuerpos masculinos uniformados y formados por cintas y gorras que confieren incluso a la cara más redonda de bebé una barbilla dura y una voz ruda; las hombreras de los policías, las porras y los fondillos de pantalón sin bolsillos, las piernas arqueadas, sus cuerpos rectos y rígidos, pero también su tambaleo borracho contrastaba con la visión poco usual de unos hombres desnudos. Nunca fueron tan hermosos como entonces. En el nocturno escenario romántico de la plaza medieval del Holzmarkt, donde se ofreció este panorama tan poco usual de la virilidad, se convirtieron en el comentario irónico ante el cual los cantores y sus protectores daban una imagen de miserables mezquinos. Las pancartas reflejaban la grandilocuencia de la música. La cita de la Biblia, acompañada por un trasfondo musical exultante, se vio quebrada por la insólita desnudez: nadie podía ya suponer que la llamada a la reconciliación iba en serio. Toda esta escenificación tan intensa fue ridiculizada. A pesar de todo, sigue habiendo gente en la ciudad que cree que todo fue en realidad un montaje de una secta cristiana.

«Hechos desnudos» contra Playboy .

tranquilo «strip-in» fue seguido por un ruidoso «teach-in». En poco menos de media hora la filosofía Playboy quedó hecha trizas. Pero aún tuvo suerte: el grupo SCUM (Society for Cutting up Men = sociedad para capar a los hombres) seguramente no se habría dado por satisfecho con esta forma de protesta tan inocua. Por otro lado, el Parlamento de Iowa se olió una relación intrínseca entre obscenidad, violencia y radicalidad y convocó una comisión de investigación que inició un procedimiento judicial, pero no contra el falósofo, sino contra WITCH y las estudiantes que habían participado en la acción. ¡Lógica masculina!...

Tíos buenos 1995



«Jesús nos quiere a todos».

a las elecciones generales. Su candidato fue un antiguo ministro socialdemócrata que se había convertido en provo. La actuación desmesurada de la Administración y la policía de Amsterdam provocó diversos escándalos y obligó al jefe de la policía y al alcalde a presentar su dimisión.

El día 15 de mayo de 1967, Provo se autodisolvió públicamente en el parque Vondelpark que habían convertido en una especie de Hyde Park, con ampulosos oradores subidos en cajas y todo su ambiente típico. Pero como de costumbre, nadie sabía a ciencia cierta si la disolución iba en serio, ya que los provos anunciaron al mismo tiempo nuevas acciones y planes y pedían la vuelta del anterior alcalde. Más adelante, un conocido provo explicó que el hecho de haber ganado un escaño en el Ayuntamiento había servido como señal para disolverse. Desde entonces todos los provos quedaron libres de escoger su propio camino.

Aquellos que querían hacer «política legal» fundaron partidos. En la actualidad hay de hecho aún uno de los más destacados provos de los años 60 con un pequeño y esotérico partido «verde» en el consejo municipal. Muchos otros escogieron caminos diferentes: drogas, suicidio, viajes, literatura, negocios... Algunos todavía participan de vez en cuando en acciones. Sea como fuere, desde los tiempos provo se ha tornado difícil hacer política «seria» en Holanda. Por lo menos por parte de la izquierda. Demasiada gente ha aprendido que existen otras cosas más importantes y menos aburridas. ⊙

Keep invisible!

Teatro invisible y práctica política

El teatro ha sido utilizado en muchas ocasiones en contextos políticos. Mientras que el teatro de agitación, agit-prop, se servía de la forma teatral como vehículo para transmitir un mensaje claro y unívoco, los medios de expresión teatral en el contexto de la guerrilla de la comunicación van dirigidos a abrir posibilidades de desarrollo espontáneo de una situación y a permeabilizar la frontera entre actores y espectadores. Una versión importante en este contexto es el «teatro de los oprimidos» que se desarrolló en los países de la Periferia. Se trata de una forma de esclarecimiento que no adopta de entrada la actitud del maestro pedante que todo lo sabe. El teatro de los oprimidos intenta mostrar de manera práctica y no discursiva en el escenario una praxis «mejor», o sea, viva, igualitaria y exenta de formas de dominio, aunque sea sólo por un momento. Augusto Boal, uno de los iniciadores de este método, dijo en 1978: «El teatro de los oprimidos quiere hacer visible la opresión». En esta forma del teatro interactivo a menudo se representan diferentes escenas varias veces y se cambian por las indicaciones e intervenciones de los espectadores. De este modo se crea la posibilidad no sólo de mostrar la opresión, sino también de hacer pensable e imaginable la superación de situaciones de opresión. Las actrices representan aquí –como en el teatro «verdadero» – papeles estudiados. El objetivo principal es siempre transformar al supuesto espectador, ese ser pasivo, el objeto, en el protagonista de la acción, en el sujeto autónomo de los sucesos. Que las potenciales participantes quieran implicarse o no es una decisión, no obstante, que han de tomar ellas.

Boal, Augusto: *Teatro del oprimido y otras políticas*, Buenos Aires, 1974.

A pesar de que el teatro de los oprimidos puede ser calificado de guerrilla de la comunicación, en tanto que las atribuciones de roles se desvanecen y los contenidos representados persiguen conseguir tomas de conciencia mediante formas creativas de comunicación, el teatro invisible sigue siendo la forma más usual de guerrilla de la comunicación. Aquí los espectadores se ven implicados en la acción de modo que normalmente no se percatan de que se han visto envueltos en el proceso. Cuando la guerrilla de la comunicación se sirve de esta técnica, sus objetivos no necesariamente tienen que ser idénticos a los del teatro de los oprimidos. Para ésta no se trata exclusivamente de plantear situaciones de opresión. El teatro invisible se propone más bien escenificar situaciones con un propósito previo, siendo las actrices las que determinan el lugar y la hora. Pueden afrontar temas actuales que se supongan de interés para las espectadoras, provocar perplejidad y, en el mejor de los casos, incluso incitar a la reflexión. La intención es lograr que las espectadoras intervengan, que actúen en contra de la opresión, o bien confrontarlas con su propia pasividad e indiferencia. A las actrices les corresponde en esta acción el papel de indicadores. Ellas insinúan el tema y dejan que los espectadores, hasta el momento indiferentes, continúen con la representación de la «obra».

En los EEUU se emplea el concepto de «guerrilla de comunicación», desde los años 60 para multitud de formas de teatro político. Cfr. Kohtes, Martin Maria: *Guerilla Theater. Theorie und Praxis des politischen Strassentheaters in den USA (1965-1970)*, Tubinga, 1990.

Los actores del teatro invisible tienen la posibilidad de actuar activamente, de escoger de forma autónoma temas que les parezcan interesantes y de representarlos en situaciones cotidianas. Para ello no sólo pueden utilizar el espacio público como escenario, apropiándoselo para la puesta en escena de una obra propia. También pueden recurrir a otras obras reinterpretándolas de modo creativo. En actos de cualquier índole (actos políticos, ceremonias, mítines ...), las formas del teatro invisible son muy apropiadas para perturbar o cambiar el sentido de escenificaciones de los adversarios (⊙ *El Sr. ministro se dirige al pueblo*). En este contexto, las formas del teatro invisible pueden tener un efecto de «mimetismo comunicativo». Y no es necesario que las maneras de actuar parezcan siempre «realistas» (es decir, que no tienen que estar en sintonía con la gramática cultural), a diferencia de cuando se trata de escenificar situaciones. Los actores pueden interpretar también papeles totalmente opuestos a lo que se espera (por ejemplo, referente a su aspecto). Con este método pueden conseguirse efectos comparables a lo que en psicología se conoce bajo el concepto de «intervención

Viajar de negro

Una parada en algún lugar de Berlín. Llega el tranvía. Como último pasajero entra un joven negro y se sienta al lado de una mujer mayor. Ésta enseguida se queja y le increpa gritándole si no se puede sentar en otro lugar. Y luego le suelta todos los clichés exclusivistas de los patriotas de la sociedad del bienestar. Las caras de los demás viajeros demuestran rechazo, curiosidad o acuerdo, pero nadie dice nada. Sólo los jóvenes turcos y alemanes en la parte trasera del tranvía siguen flirteando, discutiendo y hablando. Al cabo de tres o cuatro paradas, aparece el revisor. Con cara de victoria absoluta la mujer

Viajar de negro ...

saca su billete del bolso y observa fija y burlónamente a su vecino. Parece estar convencida de que éste se ha colado (en alemán «Schwarzfahrer» = «viajero [de] negro», el que viaja sin pagar; N. T.). De repente este viajero atrapa el billete de la dama, hace una bola con él, la mastica y se la traga. Ella se queda totalmente confusa y cuando el revisor le pide su billete, balbucea: «El negro se lo acaba de comer». El vecino enseña impasible su abono mensual. El revisor sólo menea la cabeza: «Nunca he oído una excusa tan imbécil». El cortometraje «Schwarzfahrer», de una duración de once minutos, de Pepe Danquart (de la

paradójica» (○ *afirmación subversiva*). Un ejemplo: las perturbadoras no tiran huevos o piedras al Canciller, sino que lo aplauden frenéticamente. Como no está acostumbrado a este trato por parte de unos punks desaliñados y melenudos, notará enseguida que algo va mal, y posiblemente ya se acerca el servicio de orden para expulsarlos, sólo porque han aplaudido amablemente.

La formas del teatro invisible de la guerrilla de la comunicación no tienen por qué apoyarse (como en el teatro de los oprimidos) en el teatro clásico. Remiten también al repertorio del «arte de acción» y del «happening». Pueden desenmascarar, exagerar, desorientar, molestar, transmitir sentimientos, irritaciones y perturbaciones, y pueden provocar reacciones. El teatro invisible se representa en el espacio público; no hay decorados; la escena tiene lugar donde en «realidad» podría tener lugar. Lo decisivo es que una escena teatral reconocible sea percibida de manera absolutamente diferente que una supuesta situación cotidiana. El teatro invisible es un intento de sustraerse a la desvalorización: «¡Pero si sólo es teatro!». Por esta razón cada acción, cada «representación», debe estar ideada (al igual que el ○ *fake*) de modo que no pueda ser reconocida como tal –por lo menos no inmediatamente– por parte de los espectadores ignorantes. En el momento en que los «no implicados» notan que se trata de una escenificación, la acción pierde su sentido. Bajo ciertas circunstancias, sí que puede tener sentido que una parte de los actores sea desenmascarado, pero nunca todos. La meta se consigue probablemente sólo cuando las espectadoras y el resto de las actrices se ponen a debatir conjuntamente la «situación teatral».

El teatro invisible posibilita un trabajo con situaciones de conflicto discriminatorias donde los actores pueden elegir libremente su papel: por ejemplo, el de ciudadano indignado que pregunta en voz alta, si aquel señor grosero no sabe lo que son los buenos modales. Otro ejemplo serían aplausos muy fuertes que resultasen tan exagerados que los presentes se viesen obligados a rechazarlos.

Lo más importante en este teatro estriba en tener una dirección de escena previsora, sobre todo cuando se utiliza con el objetivo de confrontar a la gente con situaciones en las que se expresan claramente relaciones sociales de opresión. Por muy difícil que sea predecir las reacciones de las espectadoras y de los potenciales participantes, es importante pensar en los posibles desenlaces que se puedan producir. Se deberían elaborar formas de actuación que aseguraran la transmisión del «mensaje» previsto; y si fuera necesario, también sin la colaboración de los espectadores «no iniciados». En ningún caso se debería poner en escena el montaje de una situación con la esperanza de que la gente ya se comportará de la manera deseada.

Hay un punto que siempre se debería tener en cuenta: la actuación que las

Viajar de negro ...

Medienwerkstatt de Friburgo), de 1992, fue galardonado en 1994 en Hollywood con un Oscar al mejor cortometraje. Él no ha sido el primero ni el último en llevar esta historia a la pantalla. Circula en varias versiones como «Urban Legend» (leyenda urbana), como fábula moderna, que el primo de una amiga había vivido en alguna metrópoli europea. Y eso está bien.

Yippie!

«¡DEJADLO ESTAR!» gritaban los yippies. «La revolución no es lo que creéis; no es ninguna organización a la que podáis pertenecer; no es aquello por lo que dais vuestro voto. La revolución es lo que hacéis desde la mañana hasta la noche; es vuestra forma de vivir».

En octubre de 1967, 75.000 opositores a la guerra del Vietnam se movilizaron hasta Washington. Mientras unos se preocupaban por un transcurso ordenado y regulado del acto, según lo acordado con el Gobierno, los otros soñaban con asaltar el Pentágono (el Ministerio de Defensa yanqui) o con realizar otras proezas. Decidieron expulsar al diablo del Pentágono y dieron a conocer sus intenciones en una rueda de prensa: en un «Holy Ritual of Exorcism» (ritual sagrado de exorcismo), numerosos santos rodearían el Pentágono cantando salmos y tocando tambores. Con 1.200 personas crearían un poderoso anillo para hacerlo levitar en el aire. A una altura de 300 pies se pondría de color naranja, lo que provocaría la salida de todas la energías diabólicas. En ese momento se acabaría la guerra del Vietnam: «Llevaremos una comunidad de amistad a un lugar donde sólo se ejerce el negocio de la muerte. El siguiente paso será el hundimiento de todas las instituciones importantes de la sociedad norteamericana» (J. Rubin). Como consecuencia del jaleo que esta acción provocó ya de entrada, en casi toda la prensa norteamericana apareció la visión del Pentágono como encarnación del mal. Éstos fueron los

Norman Mailer recreó esta acción en una novela: *Los ejércitos de la noche*, Barcelona, 1973.

Rubin, Jerry: *Do it!*, Milán, 1971.

activistas se esperan de las espectadoras tiene que ser algo realizable por ellas. Si fuera necesario, al plantear la tematización de situaciones de opresión, las actrices deben enseñar la manera de representar posibilidades de resistencia, puesto que este tipo de acciones pueden provocar –en el peor de los casos– no un cuestionamiento, sino una duplicación de la opresión.

Viajero de negro .



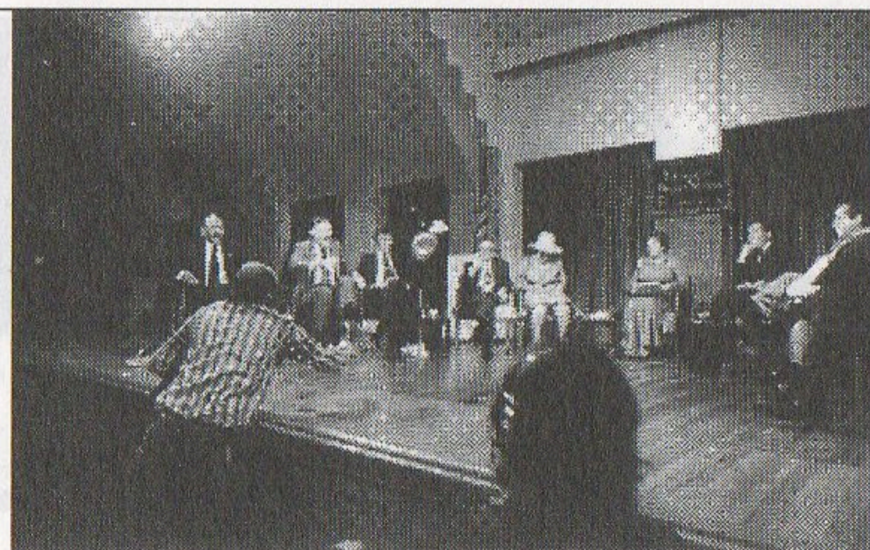
miento político en los EEUU, cuyos miembros fueron conocidos como «yippies».
El concepto de «yippie» se remonta a la fundación del YIP (Young International Party) en la Nochevieja de 1967-68. El concepto juega con el doble sentido en inglés de la palabra «party», que significa partido y fiesta. Hace referencia a una concepción de la política como happening psicodélico: «We are going to take the Pentagon and turn it into an LSD factory» (vamos a tomar el Pentágono y convertirlo en una fábrica de LSD). La Bay Area californiana, con una influencia especialmente fuerte de las ideas anarquistas, fue la cuna de este movimiento. Aquí se unieron los beatniks, los hippies y la oposición estudiantil hasta conformar esa subcultura libertina de la que salieron los yippies. Como portavoces se hicieron conocidos sobre todo Abbie Hoffman (se suicidó en 1989) y Jerry Rubin (mutó ya en los años 70 en corredor de bolsa y murió en 1995 en un accidente de coche).
Su programa decía: «Los yippies creen que no puede haber una revolución social sin una revolución de las cabezas ni una revolución de las cabezas sin una revolución social» (J. Rubin). Recurrían al Pop-Art y a técnicas dadaístas, en vez de atacar abiertamente el «mal» inherente al sistema capitalista; pero declaraban: «Los yippies son marxistas. Estamos en la tradición revolucionaria de Groucho, Chico, Harpo y Karl» (J. Rubin). Entre otras cosas, y por su adhesión a Harpo y Groucho Marx así como a John Lennon, también fueron definidos como «marxistas-lennonistas» o como «groucho-marxistas».

Miller, Tom: http://www.desert.net/disk$ebony/tw/www/tw/04-27-95/curr

¡Haced volar 1.000 pasteles!

Pequeña historia del lanzamiento de pasteles de Kees Stad (Amsterdam)

Las películas mudas ya nos lo habían mostrado: el pastelazo en la cara del malo de la película tomado por sorpresa –por muy previsible que sea– nunca dejaba de tener el efecto buscado entre el público del cine. Este acto anárquico, que atenta contra las buenas costumbres, transformaba en un periquete a un señor de gran presencia –como, por ejemplo, el empresario tirano que maltrata a Charlie Chaplin– en una figura ridícula. La humillación resulta completa y la carcajada por el mal ajeno, bien grande. Los grandes maestros como Laurel & Hardy elevaron esta recurrida payasada a la categoría de performance artística. El lanzamiento de pasteles nunca se reduce al acto en sí mismo. Su efecto completo no se desarrolla hasta que Oliver Hardy, en aparente actitud estoica, limpia su traje de algunos restos de nata, mientras que Stan Laurel permanece a su lado, con su cara de «te lo tienes bien merecido» y asintiendo con la cabeza lentamente para subrayar lo anterior. Hardy pierde entonces el poco control sobre sí mismo que le quedaba y decide dar rienda suelta a sus deseos de venganza soltándole un pastelazo en la cara a Laurel.



Una de sus metas era hacer visibles las contradicciones sociales también para jóvenes más bien apolíticos. Así, provocaron agresiones policiales y, de esta manera, intentaron hacer experimentable «estéticamente» la represión en el propio cuerpo y hacer que el sistema muestre su verdadero rostro. Sus acciones espectaculares se dirigieron contra la guerra de Vietnam, la policía y el american way of life en general. Intentaron romper con las rigideces políticas por medio de la espontaneidad, el hedonismo y el individualismo. Debido a su inmensa presencia en la prensa, los yippies marcaron de tal manera el movimiento estudiantil y de protesta que no pocos norteamericanos los asociaban con la totalidad de la «nueva izquierda» estadounidense.
No es de extrañar, pues, que los yippies —más que ninguna otra corriente política— fueran vistos en los años 60 por las autoridades como el enemigo público número uno. Esto se debe tanto a su disposición a la militancia («All we are singing, is shoot Spiro first» = todos cantamos pégale primero un tiro a Spiro) y su capacidad de llevar a las barricadas a la juventud blanca de clase media, como por la voluntad de establecer vínculos operativos con grupos afroamericanos como los Black Panther y otras minorías radicales organizadas. Sin embargo, los yippies se encontraron con el rechazo generalizado de la izquierda; eran considerados enemigos de la teoría y anarquistas, y fueron criticados por su «orientación subjetivista» con «rasgos solipsistas» (gran palabra que no significa otra cosa que egocentrista). El

Spiro Agnew fue vicepresidente durante la Administración Nixon.

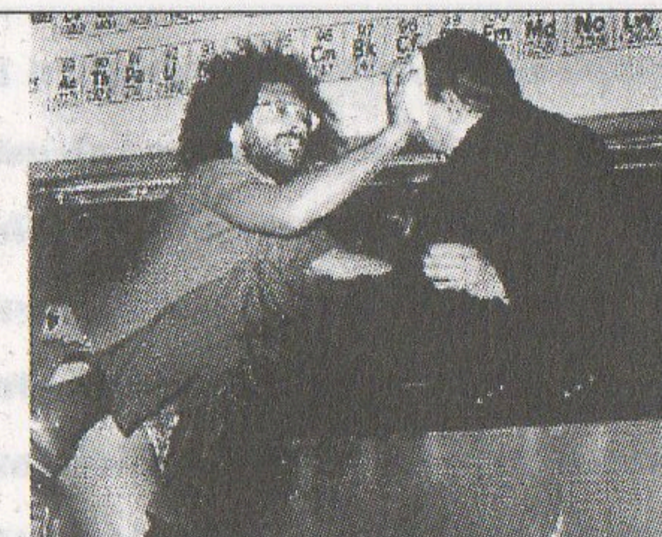
Albert, Stew: http://elaine.teleport.com/~danw/stew/jerry.html

«La felicidad es un pastel de nata»

Lo que hacía ya tiempo que llevaba la pátina de la época de las películas de cine mudo, sufrió un esperado *revival* con el «movimiento de los pasteles» de los años setenta. Provocó una oleada de temor entre los estratos más altos de la sociedad. La idea de acabar una charla y pasar a la posterioridad con una cara llena de nata llevó a más de uno a renunciar a salir en público.

En los EEUU este movimiento tuvo un líder destacado, el ⊙ *yippie* Aron Kay. En 1976, coincidiendo con el doscientos aniversario de la declaración de independencia, este gran maestro del pastel político atrajo la atención sobre sí al lograr plantarle en plena cara un pastel de crema de café al perro fiel de Nixon y embajador en la ONU, el racista Patrick Moynihan, durante un acto electoral para el Senado. El pastelazo y la explicación de Aron –«Lo hice para protestar por la política exterior de los servicios secretos a los que servía Moynihan»– consiguieron acaparar mayor atención mundial que todas las manifestaciones de aquel año juntas. Con una velocidad sorprendente, Aron continuó su bombardeo y «acertó» en los rostros de uno de los teóricos de la derecha William F. Buckley, el artista Andy Warhol, el alcalde de Nueva York Abe Beame, dos antiguos jefes de la CIA así como toda una serie de personalidades relacionadas con el Watergate. Sus pasteles ayudaron a echar altos cargos del Ayuntamiento y a apartar de la carrera presidencial al supuesto candidato progresista de 1980, Brown.

Aron Kay



escrito de acusación contiene toda una letanía de reproches como escepticismo lingüístico, crítica de la civilización y negación del discurso intelectual: «Le hacían el juego al fascismo al preferir eslóganes fáciles en vez de explicaciones laboriosas e imágenes caricaturizadas en vez de críticas clarificadoras».

Farber, David: *Chicago '68*, Chicago/Londres, 1994, p. 225.

Es cierto que para los portavoces de los yippies «la ideología es una enfermedad»; y no se equivocaban cuando se preguntaban: «¿quién va a poner su vida al servicio de un movimiento que se agota en el debate?» (J. Rubin) Propagaban la acción en vez de la mera charlatanería. Ellos consideraban la acción —a diferencia de la discusión y la reflexión— no sólo como medio de propaganda, sino como acto liberador en sí mismo. No obstante, también ellos elaboraron algunos escritos como el School Stoppers Textbook - A Guide To Disruptive Revolutionary Tactics for High-Schoolers. Del título se deduce claramente al grupo de personas al que se dirigen: los chicos y chicas blancos de clase media hasta ahora apolíticos. Quien lea hoy en día ese manual tal vez se sienta transportado a los tiempos de los ponches y guateques, pero lo cierto es que estas «81 ways to trash the school» (81 maneras de destrozar la escuela) tenían por trasfondo un rechazo general a todo tipo de poder y autoridad y, por lo tanto, eran mucho más que meras «travesuras escolares», como se las considera ahora. Los yippies gustaban de destacar las instancias de transmisión afectivo-visuales; con su «teatro de guerrilla»

Phyllis Schlafly fue una de las críticas más contundentes de la propuesta de cambios de la ERA (*Equal Rights Amendment* = Enmienda de Igualdad de Derechos), que debía conceder a las mujeres derechos iguales en toda una serie de aspectos, y portavoz de la por desgracia exitosa campaña conservadora en su contra. Se convirtió en víctima de Kay, con ocasión de la celebrada concesión en 1977 del premio «National Women's Freedom Award». Al día siguiente se podían ver en todos los diarios del país las fotos de Aron coronando el pastel en su objetivo y Schlafly sacándoselo de los ojos. La celebración en sí misma quedó en un segundo plano, y la televisión, excepcionalmente, no emitió nada al respecto. Corre el rumor de que las direcciones de las cadenas de televisión habían acordado ignorar los *pienings* (pastelazos), como venganza por el pastelazo realizado por Aron unas semanas antes en los estudios de la NBC. Más tarde Kay se presentaría a la alcaldía de Nueva York con el lema: «Vota a Kay y pégale un pastelazo en la cara a las autoridades», e hizo un llamamiento a no dejarse amedrentar por el boicot televisivo, sino proceder a montar un movimiento nacional: «Trabajadores, empastelad a vuestros jefes; jóvenes, a vuestros maestros; inquilinos, a vuestros caseros».

Yipster Times, mayo 1977, cit. *Blacklisted News, Secret Histories from Chicago '68 to 1984*, pp. 288-307.

Desde la quema pública de los llamamientos de incorporación a filas para la guerra yanqui contra Vietnam y la quema de sujetadores, ningún

La marcha yippie por Billy Graham

Cuando, el 4 de julio de 1970, el presidente Nixon movilizó al pueblo americano a favor de la guerra del Vietnam, coincidiendo con el «Honour American Day», el día de la declaración de independencia, también los yippies se hicieron eco de la invitación y convocaron para ese mismo día un «Independence Smoke-in» (una fumada por la independencia). Fueron más de 25.000 personas las que se juntaron en el monumento a Washington. A algunos cientos les pareció genial la idea de interrumpir, totalmente colocados, la arenga del telepredicador ultrarreaccionario Billy Graham al otro final del Estanque de Reflexión, junto al Memorial

(⊃happening y teatro invisible) elevaron la «teatralización de la política» a programa y se propusieron realizar el intento más radical —dentro de la izquierda— de estetizar la resistencia política. Un ejemplo sorprendente de esto es el descrito por Abbie Hoffman bajo el título «Media Freaking». Para una manifestación en Nueva York habían repartido siete galones de sangre en pequeñas bolsas de plástico entre las manifestantes. Armados así, buscaron el enfrentamiento con la policía, y cuando los policías empezaron a golpear a los manifestantes, éstos se rompieron rápidamente las bolsitas de sangre en la cabeza. Al mismo tiempo encendieron bombas de humo y se oyeron salvas de ametralladora de los radiocassetes que llevaban (⊃ Cut-ups de Burroughs). Los paseantes se quedaban mirando la escena. Toda la plaza estaba llena de sangre. Abbie Hoffman estaba convencido de que estas imágenes dirían más y tendrían mayor efecto que algunas pancartas exigiendo el final de la guerra en Vietnam.

La renuncia a la propagación de ideas políticas alternativas y la preferencia por las acciones de efectividad mediática les reportó a los yippies con frecuencia la acusación de ser unos simples bufones de la sociedad capitalista mediática y unos suministradores de la industria sensacionalista. Es cierto que no creían en la efectividad de la concienciación y la transmisión argumentada de informaciones. En su lugar afirmaban: «The myth makes the revolution» (el mito hace la revolución), e intentaron instrumentalizar para este mito la fijación por los acontecimientos de la prensa estadounidense: «¡Todo guerrillero ha de saber cómo puede valerse del terreno de la

otro método de protesta había despertado tanto entusiasmo público como el lanzamiento de pasteles. Nunca carente de fantasía, Kay le tiró un pastel también al promotor del LSD, Tim Leary. Escupió a John Ehrlichmann, cuando los cómplices de Nixon le arrebataron su tarta, y falló por un pelo con Ronald Reagan y Billy Carter (el hermano de Jim). Su objetivo favorito, sin embargo, fue seguramente «Holy Harvey» Balwin, un teleevangelista que una vez apuñaló a un activista gay en California.

«¡Cread bandas!»

La mayoría de las buenas acciones con pasteles fueron llevadas a cabo por grupos de gente. Tuvieron éxito durante mucho tiempo sobre todo grupos como los Groucho-Marxistas canadienses, de Vancouver, y los Revolutionary 3 Stooges Brigade (R3SB) de Dayton, Ohio. Ambos grupos llevaron a cabo numerosos «pie-jobs», en el curso de los cuales los lanzadores de pasteles consiguieron siempre escapar inermes gracias a la colaboración de numerosos cómplices. A finales de 1977, los políticos canadienses que se dirigieran a Vancouver sabían que tenían que contar con que se realizara un ataque pastelero contra ellos por parte del Partido Anarquista de Canadá (corriente groucho-marxista) o la New Questioning-Coyote Brigade. El líder de la oposición, Joe Clark, se mostraba partidario públicamente de un «pastel conservador» y pronto recibió él mismo

La marcha yippie por Billy Graham ...

Lincoln. Unos 200 se tiraron al estanque y lo vadearon en silencio para dirigirse hasta la tribuna del predicador. El resto de freaks los siguieron desde el borde del estanque. Se inició así «The March on Billy Graham». Cuando Graham se dirigió a sus fieles y les pidió que dieran un paso hacia delante para recibir la bendición de Cristo, los yippies acababan de alcanzar la tribuna de oradores y empezaron a cantar «Fuck Billy Graham» (jode a Billy Graham). Les siguieron otros estribillos como «Ho Ho Ho Chi Minh». Cuando la policía intentó hacer retroceder a los inoportunos freaks dirección al agua, los hermanos y hermanas que

cultura que intenta destruir!» (J. Rubin) El mito del yippie no debería describir ninguna posición concreta, sino crear un escenario abierto, perfilado por alusiones, en el que se puedan vivir los sueños y fantasías: «El misterio del mito del yippie consiste en su absurdidad. Su enunciado fundamental es un trozo de papel vacío» (J. Rubin). Los eslóganes como «Fuera del Vietnam», según su concepción de la política, pueden ser informativos, pero no pueden crear mito. Justamente la aparente falta de sentido de muchas acciones así como las imágenes drásticas y efectistas son la materia a partir de la cual se tenía que tejer este mito. Rubin y Hoffman estaban convencidos de que del solo hecho de que se informase públicamente de sus actividades opositoras ya resultaría un efecto de cambio de la sociedad y de las conciencias: «La simple idea de una "historia" ya es en sí misma revolucionaria; puesto que la "historia" ya implica la destrucción de la vida normal. [...] El medio de comunicación no transmite "noticias", sino que las crea. Un acontecimiento no sucede hasta que aparece en la pantalla, entonces se vuelve mito [...] Es igual lo que puedan decir de nosotros. Las imágenes son las que hacen la historia» (J. Rubin). Aquí se ve claramente la influencia que tuvo Marshall McLuhan, con su «el medio es el mensaje», sobre la práctica política de los yippies. El movimiento estudiantil europeo se dejó inspirar en buena parte por las formas políticas de los yippies (y las acciones de la ⊙ Kommune 1, que procedió de manera muy similar en la misma época). En los propios EEUU el mito de los yippies conservó su fuerza hasta bien entrados los años 80 y sirvió de ejemplo para numerosos grupos. ⊙

uno con recomendaciones de Brent Taylor, miembro de la New Questioning, el cual fue detenido, pero que nunca fue citado a declarar. Entre las víctimas del groucho-marxista Frankie Lee figuraron el otrora radical Eldrige Cleaver, el psicocirujano José Delgado, que se vio premiado con una mezcla de ketchup y sesos de ternera, y dos ministros del Gobierno Trudeau. Cada diana era celebrada con un comunicado de reivindicación a la prensa.

A diferencia de la prensa estadounidense, que gustaba de informar sobre los pasteles volantes, la prensa canadiense le reprendía a sus políticos su reacción condescendiente. Un comentarista lloriqueaba: «Los terroristas fanáticos secuestran aviones, los cobardes tiran pasteles [...] El lanzamiento de pasteles es un método para salir bien librado». Las bombas de calorías no representaban nada para ellos. (Brent Taylor, por cierto, sería condenado más tarde a 15 años de cárcel por poner bombas «de verdad», entre otros sitios, contra una fábrica de misiles Cruise.)

A diferencia de otras bandas canadienses de pasteles, la «Revolutionary 3 Stooges Brigade» buscó sus objetivos principalmente entre las personalidades locales como, por ejemplo, el portavoz de la Central Eléctrica de Dayton y un policía de los comandos de intervención especial SWAT. «Éste fue un asesinato pastelero típicamente local, sin significación nacional. En el día a día los cabrones locales desempeñan normalmente un papel mucho más importante que cualquier abstracta personalidad nacional. A todos les encanta saber que el tipo que les sube el recibo de la luz ha sido alcanzado por un pastel». Más tarde, el señor de la electricidad negaría ante la prensa haber recibido jamás un cobertura pastelera. «Todo es posible», contestó la Brigada, «pero entonces es que siempre va por ahí con la cara pringada de pastel» (*Blacklisted News*, 1983, pp. 288-307).

¡Cuidado! Los adversarios devuelven el golpe

La facilidad con la que los lanzadores de pasteles empringaban a sus presas para luego esfumarse condujo a que el fanzine anarco canadiense *Open Road* proclamase la semana del 4 al 11 de noviembre de 1977 como «Semana Internacional del Pastelazo en la Cara». Aun así, la vida de los lanzadores de pasteles está llena de peligros. Billy Carter y el rey de los cowboys Roy Rogers tuvieron que ser sujetados para que no dieran una paliza a los activistas. Después de todo, el pasteleador del rey de los cowboys había logrado lo que cientos de héroes cinematográficos no habían conseguido: plantarle un flan con nata entre las dos cejas. El rey declararía luego quejumbroso: «Me encantaría meterle una hamburguesa Roy Rogers hasta el gaznate».

Como mínimo dos lanzadores de pasteles acabaron en el hospital. En 1978, una persona desconocida le lanzó un pastel a Frank Rizzo, el antiguo jefe de Policía y luego alcalde de Filadelfia, durante una conferencia. «Ratzo» ordenó a sus matones dar una paliza al joven durante quince minutos delante de todo el público, y luego lo fue a visitar al hospital para amenzarle con una denuncia si se le ocurría hablar con la prensa. El joven renunció a presentar denuncia, y el asunto no apareció en los media.

En verano de 1973, Pat Haley, redactor de la revista underground *Fifth State*, se propuso acabar con la aureola mágica que algunos antiguos activistas políticos organizaban en torno al guru Maharaj Ji. El pastel de Haley, disfrazado de ramo de flores, fue a parar entre las mandíbulas del guru. ¡DIOS EMPASTELADO!, lucían los titulares. Los matones del guru se pusieron a cien. Dos de ellos se colaron en la vivienda de Haley y lo dejaron inconsciente a martillazos. Maharaj Ji les soltó una reprimenda, y Haley se llevó una fractura craneal.

Con pasteles contra la mojigatería moralizante

El primer pastel político fue lanzada el 14 de mayo de 1970 por Tom Forcade, un legendario «yippie profesional», el cual le reportó mucho dinero al movimiento con el contrabando de drogas blandas. Forcade era el dirigente oficial del Underground Press Syndicate y, en cuanto tal, recibió una citación para declarar en la comisión de censura, la «Comisión Presidencial sobre

La marcha yippie por Billy Graham .

se habían quedado en el Monumento a Washington decidieron apoyarlos. No serían menos de mil las personas que saltaron ahora al agua, mientras que otras alzaban sus puños cerrados y cantaban: «Smoke Dope, get high, all the pigs are gonna die» (fuma costo, colócate, todos los cerdos van a morir). Algunos cristianos se mantuvieron firmes, pero la mayoría abandonaron la plaza con los nervios deshechos. Los yippies habían ganado. Ese mismo día se producirían enfrentamientos callejeros muy graves en las calles suntuosas de Washington.



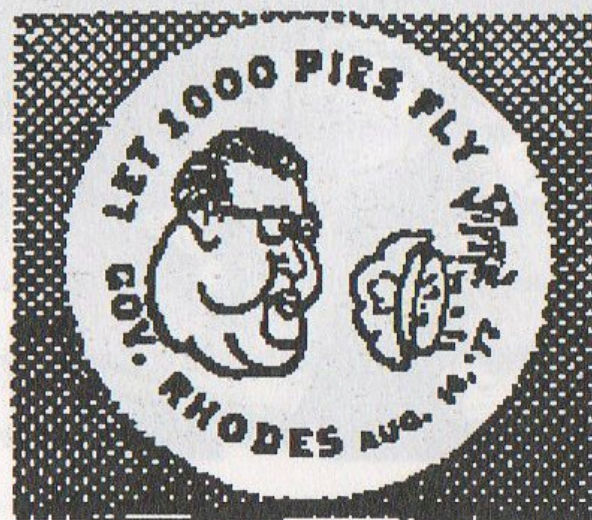
Pornografía». Se presentó disfrazado de cura y leyó una larga lista de fanzines underground demandados por «pronografía» así como un posicionamiento iracundo, que terminaba sin muchos rodeos: «Por lo tanto, iros a tomar por culo vosotros y vuestra censura». A continuación, le metió un pastel en la cara al miembro de la comisión Otto N. Larson. La foto del acontecimiento apareció en la primera página del diario neoyorkino *Daily News* y en casi todo el resto de diarios del país.

Siete años más tarde, el alcalde republicano de Cleveland, Ralph Perk, intentó iniciar una cruzada contra la «pornografía y la inmoralidad», que incluía desde el *Playboy* hasta el hachís. El día de la inauguración de la sede central de coordinación de su campaña para la reelección, la yippie Sue Kuklick se presentó en la sala con una falda larga y una peluca rizada para colocarle un pastel de fresas y riobabo en pleno rostro. Más tarde sería invitada a café por los funcionarios de policía de la ciudad (Cleveland ha sido siempre una ciudad de tradición demócrata), que la dejaron marchar por la puerta de atrás. Sue declararía más tarde que lo había atacado por los malos tratos infligidos por éste a las prostitutas y por «llevar a cabo una guerra moral mojigata contra la pornografía, mientras que por principio ignoraba los intereses de los pobres». Perk sufriría luego un enorme revés electoral.

A un arzobispo de Minneapolis, enemigo de los homosexuales, la ira del Señor le llegó de forma similar. Un activista gay (el lema de su grupo era «caricias y revolución») se fue primero al peluquero, se compró luego una hamburguesa (por si no hubiera nada que comer en la cárcel) y, así preparado, se fue a un banquete de beneficiencia del arzobispo antigay. Allá se dejó fotografiar junto a él dándole la mano, antes de colocarle en pleno rostro un pastel de chocolate adquirido en la pastelería local.

El gobernador James Rhodes había enviado en 1970 a la Guardia Nacional al campus de la Universidad de Kent State para disolver brutalmente un acto en contra de la guerra. Cuatro estudiantes resultaron heridos de bala. A los pocos días perdió la reelección, pero en 1974 volvió a reaparecer y recuperó su puesto. Durante la inauguración de las fiestas del estado de Ohio, Rhodes recibió su bien merecido pastel de crema y plátanos. Se dice que en la autopista se oyeron los bocinazos y gritos de alegría durante kilómetros cuando la noticia fue emitida por la radio. Rhodes hizo detener al lanzador e intentó que se le juzgase por heridas corporales a consecuencia del pastelazo. El día antes del juicio, el lanzador del pastel demostró que eso era imposible. Rompió todos los récords habidos y por haber al hacerse lanzar por amigas y amigos un total de 26 pasteles (de lo que informaron todas las cadenas de televisión locales). Los jueces lo absolvieron en el acto, aunque no quisieran verle la gracia a la acción.

En Europa, por lo que se sabe, el lanzamiento de pasteles nunca tuvo mucho



arraigo. Por supuesto que se le ha tirado de todo lo imaginable a los detentadores del poder en sus apariciones públicas –al otrora primer ministro holandés Lubbers, por ejemplo, se le vino encima media tienda de hortalizas en una mani antirracista por su hipócrita política de extranjería, y quién no se acuerda de los huevos que corrían por las gafas de «el Gordo de Oggersheim» (el entonces canciller alemán Helmut Kohl; N. T.)–, pero auténticos asesinatos pasteleros se han producido en pocas ocasiones. Sin embargo, en Gran Bretaña sí que se produjeron algunos atentados. En 1977, el prominente político conservador Michael Hesseltine se vio coronado con un pastel de nata y manzana durante una conferencia en la Universidad de Leeds. Su compañero de partido David Frost, por el contrario, tuvo que trasladarse hasta Nueva York para disfrutar del placer de «a pie in the eye» (un pastel en el ojo). A principios de los años ochenta, también el príncipe Charles fue alcanzado en la geta real por una lanzadora de pasteles durante una visita a una asociación de vecinos de Manchester. Y Tony Benn, la divinidad del ala izquierda dentro del Partido Laborista, recibió en 1982 un pastelazo entre oreja y oreja, cuando estaba hablando, en Gales, en una reunión sindical sobre «el derecho al trabajo». El público se quedó tan sorprendido que el lanzador del pastel aún tuvo tiempo de hacerse con el micrófono y gritar: «lárgate a otra parte con tu derecho al trabajo». A continuación fue expulsado de la tarima y entregado a la policía que lo dejó marchar.

En el Estado español los pastelazos políticos tampoco tienen mucha tradición, aunque recientemente el movimiento okupa ha hecho sus primeros pinitos en la «materia». Las okupas de Gerona quisieron agradecerle al alcalde, Joaquim Nadal, el celo profesional que le llevó a asistir en directo al desalojo del Centro Social Okupado de «Els Químics», y uno de sus miembros le plantó un buen pastelazo al alcalde, cuando éste inauguraba la Feria de flores de Gerona el 13 de mayo del 2000 (○ *Dígaselo con un pastel*).

Pastelillos belgas

Un caso aparte es el del belga Noel Godin. Es un invitado temido en Bélgica y Francia, donde desde hace veinte años persigue a filósofos, políticos y gente de la prensa especialmente ambiciosos. Hace poco que escribió una autobiografía, *Cream and Punishment* (algo así como «Nata y castigo»). Entre sus víctimas se encuentran el divo de los media Jean-Luc Godard y la escritora Marguerite Duras. En su última aparición como invitado en el Festival de Cine de Cannes alcanzó al nuevo ministro de Cultura francés en su primera aparición pública. Sin embargo, el objetivo preferido de Godin es el maestro-filósofo francés Bernard-Henri Lévy. Lévy, tan sensible él que un día declaró: «Cuando descubro una nueva tonalidad gris, me salgo de mis casillas», explicaba en otro momento y lugar que a las mujeres no se les debería dejar manejar dinero, y se

Dígaselo con un pastel... al alcalde de Gerona



refirió a sus propios talentos como «un paisaje que no tenía un lugar fijo en la topografía cultural clásica». A comentarios así le debe un asedio pastelero durante años. «Él es el peor de todos», explica Godin, «él es la asquerosidad más grande de este decenio».

Su popularidad la alcanzó Godin, sobre cuyas acciones han aparecido reportajes de prensa entusiastas, gracias a la cuidadosa selección de sus dianas. «No quiero caer en unas cómodas ganas de sensaciones. Para cada víctima hay que presentar una razón plausible. Sitúo mis pasteles en la línea de las cartas insultantes que los ○ *dadaístas* enviaban a personalidades tan famosas como inútiles». Entretanto se concentra cada vez más en los pasteles políticos. Sorprendentemente, ninguna de sus víctimas lo ha denunciado hasta ahora. «Les encantaría hacerlo», manifiesta Godin, «pero sería nefasto para aquello que más adoran: su reputación pública. Cuando soy detenido, la mayoría de las veces los policías bromean y me vienen frecuentemente con una lista propia de futuros candidatos».

Las acciones con pasteles, según Godin, tienen que ser preparadas cuidadosamente y llevadas a cabo en equipos de al menos cuatro personas. Entre éstos se deberían encontrar, además de un ayudante para pasar el pastel, también un cámara para la documentación en directo. «Es importante no tirar el pastel, sino ponerlo en su sitio», explica Godin en tono magistral, «y no preocuparse del camino de huida, aun cuando esto pueda significar que los miembros de seguridad te peguen una paliza. Está, además, rigurosamente prohibido devolver los golpes cuando a uno lo agreden físicamente. Sólo el mejor pastel es suficientemente bueno y debería ser comprado poco antes de la acción en una pequeña pastelería local. La calidad es lo más importante, puesto que si una acción se va al carajo nos toca comérnoslo a nosotros mismos todo» (*The Observer*, 2-7-1995).

Circular del alcalde de Barcelona

Ajuntament de Barcelona

GRACIAS A TI BUEN CIUDADANO

El Ayuntamiento de Barcelona quiere agradecerte una vez más tu colaboración.

¿Qué sería de nosotros, pobres burócratas, si los buenos ciudadanos como tú no apoyaran entusiasmados todos nuestros planes?

Por ejemplo las olimpiadas. ¡Con qué satisfacción has acogido el proyecto!

Aunque los precios de las viviendas y los alquileres se tripliquen, aunque construyamos el segundo cinturón sin cubrir, aunque expulsemos de Barcelona a todos los ciudadanos feos y pobres... da gusto verte colaborar.

Es natural. Tú, como buen ciudadano, también deseas una Barcelona "guapa". Y como buen demócrata has comprendido que debes apoyar a las instituciones, para que las instituciones podamos apoyar a los especuladores, a los banqueros, a los empresarios, etc.

Aunque agradecemos tus esfuerzos hay algo que no acabamos de comprender: ¿Por qué lo haces?... ¿Acaso crees que te vamos a recompensar?..

Pascual Maragall
Alcalde de Barcelona

"El Ayuntamiento de Barcelona dá sentido a tu vida"

El deterioro de imagen

El deterioro de imagen es una práctica que, por un lado, recurre a ○ *fakes* y falsificaciones y otras técnicas de comunicación subversiva, pero, por otro lado, también a la militancia «pura y dura». El deterioro de imagen persigue dañar de manera duradera la reputación de una persona, un grupo, un partido, una ciudad o un país, y de tal manera golpear donde más les duele a aquellos que quieren dar una sensación positiva de sí mismos (normalmente a cuenta de otros) y que juegan con la imagen de un mundo bueno y bonito. Esto es especialmente efectivo cuando hay terceras personas afectadas (por ejemplo, consumidores, veraneantes o un jurado), cuya actuación o no actuación se pueda ver afectada por la imagen de la «víctima».

El deterioro de imagen se fundamenta, en cierto sentido, en una inversión del principio burgués de representación: en vez de los representantes legitimados, son los grupos no legitimados los que intentan determinar la representación de la totalidad. Los alborotadores confían en que su mal comportamiento se vea proyectado sobre todo un grupo (por ejemplo, «los alemanes», «los barceloneses» o «los veraneantes») o que, al menos, así sea visto por terceras partes o por las instancias «oficiales». Con frecuencia se hace uso de la propia mala imagen, al realizar justamente todo aquello que los media siempre achacan a «los asociales»: los autónomos realizan o amenazan con destrozos, los punks lían caos y jaleo, los drogatas trafican con drogas, etc. De esta manera se consigue instrumentalizar la manera de funcionar de los media, puesto que al actuar así no se persigue una información «buena» en la prensa, sino sobre todo alcanzar una buena presencia mediática: «Los media no se utilizan para presentar como deseable un determinado objetivo político, sino que sirven para dar a conocer una determinada mentalidad». Ejemplos bonitos de deterioros de imagen logrados son las acciones contra la celebración de los Juegos Olímpicos en Amsterdam y Berlín. Los argumentos elaborados en contra de los gastos que suponen, la locura de los macroproyectos urbanísticos y, en Berlín, la problemática histórica en cuanto a lugar de celebración habrían sido ciertamente escuchados, pero desde luego no tomados en consideración. Sin embargo, la estrategia del deterioro de imagen, por medio de un gran número de acciones muy diversas y la utilización acertada de los modos de funcionamiento mediáticos, provocaron la confusión y la ira tanto del Comité Olímpico Internacional como de los políticos y los media locales.

Agentur Bilwet:

Cuando las ciudades se presentan como candidatas para la organización de los Juegos Olímpicos, acostumbran a contratar a los denominados especialistas de la comunicación, cuya tarea es convencer tanto a la propia ciudadanía como a los miembros del Comité Olímpico Internacional. Tanto en Amsterdam (1984-1986) como en Berlín (1992-1993) se



crearon los autodenominados comités NOlympics que, al contrario que las candidaturas oficiales, intentaron transmitir a los gremios de decisión internacionales una impresión negativa duradera acerca de la situación en dichas ciudades. Dado que la presentación de candidaturas olímpicas se concibe principalmente como una campaña de imagen, la sola presencia mediática de las opositoras produjo ya efectos contundentes. En Barcelona también se crearía un comité NO'92 contra las Olimpíadas que, sin embargo, no tendría tanta incidencia como aquellos comités.

Amsterdam

En Amsterdam un grupo relativamente pequeño de activistas logró éxitos mediáticos máximos. Lo más importante fue que se consiguió instrumentalizar a los media a los niveles más diversos: «Trabájese la prensa local con argumentos locales, empléese un lenguaje algo más duro en la prensa propia, intervéngase en la radio con consideraciones acerca del interés nacional y hágase llegar, de manera continuada, correspondencia con los membretes más diversos a miembros del COI en todo el mundo» (*Agencia Bilwet*, 1991, pp. 92 s.). El emblema olímpico con los cinco anillos fue desvalorizado por su uso exagerado. Las activistas actuaban a los niveles más diversos. Así, por ejemplo, de cara a la opinión pública acomodada, consiguieron que una representante destacada del espectro liberal de izquierdas se presentara a su lado. Esta mujer no tenía nada que ver con las acciones en parte ilegales y pudo, por lo tanto, aparecer como moderadora para las actividades legales.

El movimiento NOlympics de Amsterdam copió los métodos de sus oponentes. El comité oficial de preparación había enviado un vídeo, como regalo personal, a todos los miembros del COI. Dejándose llevar por esta idea, también el movimiento NOlympics envió un vídeo que presentaba la verdadera cara de Amsterdam con todos sus encantos (zanjas de obras, cagadas de perro, hachís, robos, etc.). Acompañada de una carta falsificada del alcalde de Amsterdam, unos desconocidos enviaron a los miembros del COI, además, una bolsita de marihuana: «Después de los diamantes sudafricanos, ahora le enviamos algo con lo cual alegrarle el espíritu. El Comité Olímpico Holandés quisiera hacerle conocedor de uno de los productos típicos de Amsterdam. Esperamos, de esta manera, ejercer una influencia positiva sobre su decisión. Nuestro producto nacional se puede adquirir en más de 500 locales legales de venta. Y sobre todo no haga caso de la creciente oposición en Amsterdam» (*Agencia Bilwet* 1991, p. 93). Y así se fueron desarrollando las cosas. Los invitados de la Federación Internacional del Deporte fueron atacados con pintura, huevos y tomates podridos durante un recorrido turístico por los canales; en los 67º Campeonatos Internacionales de Golf aparecieron tres agujeros completamente excavados, y otros actos

Sylt para todos

Isla de Sylt, Mar del Norte, marzo de 1995. Se hacen oír las voces de las ciudadanas («la burguesía de Sylt») que, debido a la oferta de «billetes baratos» por parte de los Ferrocarriles Alemanes, temen una «inundación» del lugar de recreo de ricachones por parte de «turistas baratos». La reacción es inmediata por parte de la «Guerrilla Playera de Hamburgo». Bajo el lema de combate «Sylt für alle, sonst gibt's Krawalle» (Sylt para todos, sino habrá altercados), el 25 de marzo de 1995 se juntaron en la estación de trenes de Hamburgo-Altona, a les 5'30 (¡de la madrugada!) unos 200 autónomos para una visita de

SPUR

Gruppe Spur/Subversive Aktion

«Nosotros hacemos a todo el mundo partícipe de nuestro jolgorio» postulaba el grupo SPUR en su «Manifiesto de enero» de 1961. «Boicotead todas las convenciones y sistemas dominantes, considerándolos todos sólo jolgorios malogrados... Todos los problemas del mundo se resolverán por medio de la realización del jolgorio situacionista: el problema Este-Oeste, la cuestión argelina, el problema del Congo, los desórdenes de medio pelo, los procesos por blasfemia y los acosos sexuales».

La mayor parte de los miembros posteriores del grupo SPUR fueron reclutados entre los estudiantes de Pintura de la Academia de Múnich que, por causa de sus críticas a la industria del arte, fueron excluidos de las clases normales. Pero por lo que se refiere a los propósitos de la guerrilla de la comunicación, el grupo no empieza a resultar interesante hasta 1959, cuando prepararon un congreso de la Internacional Situacionista (IS) en Múnich. El anagrama del grupo (SPUR = pista, huella) es una tergiversación del anagrama de la cadena de supermercados alemana SPAR (ahorra).

SPUR-Buch. Múnich, 1962. Dentro los números 1-7 de la revista *Spur*.

En sus textos es evidente una fascinación de tono bullanguero por las formas discursivas situacionistas; sus proclamas y manifiestos también hacen uso de un vocabulario que reúne elementos místico-religiosos, políticos y literario-patéticos en demandas y visiones a la vez formales y frívolo-

de sabotaje reforzaron los argumentos de los NOlympics de que Holanda no estaba en condiciones de asegurar los actos deportivos contra tales «atentados».

Los miembros del Comité Oficial de la candidatura tuvieron que pronunciarse cada vez con mayor frecuencia respecto al movimiento de NOlimpics. Pero poco a poco los media y las autoridades captaron de qué iba la cosa y reaccionaron con un silencio total. Pero cuando en agosto de 1996 se produjeron dos atentados con bomba de las Células Revolucionarias con una referencia específica al movimiento de NOlympics, el tema volvió a aparecer en la prensa. Pero la auténtica clave de todo estuvo en la extensión de las acciones a los encuentros internacionales del COI. Las acciones perturbadoras allí garantizaban una cobertura mediática máxima. A la sesión decisiva del COI en Lausanne, en septiembre de 1994, el movimiento viajó con dos bandas de punk y otros grupos oportunos. Por todos lados donde aparecían, dejaban montañas de basura como ciudadanas de Amsterdam. Hubo que organizar permanentemente manifestaciones escandalosas ante el lugar oficial de reuniones para la prensa mundial («típica manifestación amsterdamesa»: salir del autobús, liar un buen follón durante una horilla y volver al autobués hasta la siguiente puesta en escena). Aun con todo, al final Amsterdam consiguió 5 de los 130 votos.

«Aprender de Amsterdam es aprender a vencer» podría haber sido el lema del movimientos

Sylt para todos .

cortesía a los «peces gordos» de Sylt. Protestan contra la petición de exclusión de Sylt del ámbito de validez de los billetes de fin de semana de 15 marcos (por 1.300 pts. se puede viajar en fin de semana a cualquier punto de la RFA; N. T.), en tanto que «ataque directo contra las masas proletarias», y convocan a «un día de caos político» en la isla de Sylt. El momento álgido se alcanza en Westerland, capital de la isla, cuando «50 autónomos» son detenidos por provocar destrozos en un vagón de tren por valor de 30.000 marcos (dpa, 26-3-1995).

paródicas. Hay que resaltar, por lo demás, que el grupo SPUR era una típica alianza de hombres de los años 60, en las cuales las señoras sólo estaban previstas para mecer las tetas y hacer el desayuno.

Sus manifestaciones blasfemas provocaron un gran escándalo en el clima político-cultural de principios de los 60. Algunos de sus textos les supusieron denuncias ante los tribunales muniqueses. Y eso a pesar de que se trataba de pasajes extraordinariamente jocosos como: «El cardenal nos ha dejado. En vano estuvimos esperando a la bendición del Ejército federal en su cruzada contra el Este. Lo mismo nos quedamos esperando a que algún día el cardenal nos cediera su lugar en el púlpito para dejar libre el camino a nuevos experimentos mitológicos. Y también esperamos la tanto tiempo anhelada entrega de las mujeres y de las otras iglesias para destinarlas a aquello para lo que en realidad estaban previstas, la celebración de nuevas fiestas orgiásticas y juegos extáticos fundamentados en la participación activa de todos». En la vista del recurso, el castigo por «divulgar escritos obscenos, escarnio de la religión y sacrilegio» quedó reducido de cinco meses y dos semanas a «sólo» cinco semanas en libertad condicional. Los tiempos empezaban a cambiar.

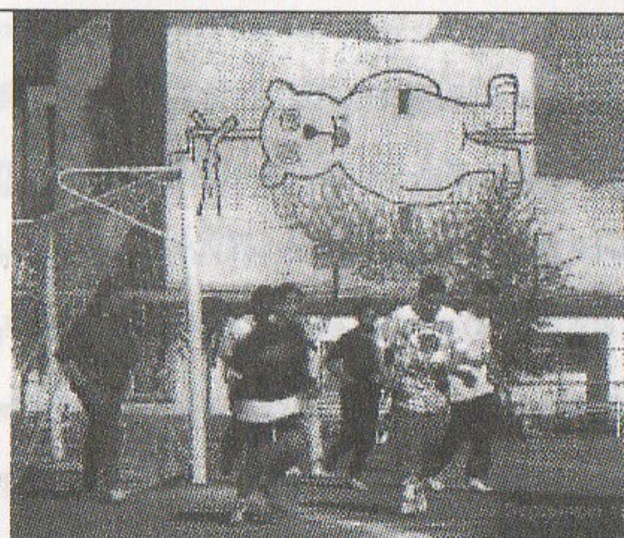
Otro campo de actuación del grupo fueron las provocaciones contra la industria del arte establecida. Así, por ejemplo, con ocasión de la inauguración de una exposición, hicieron oír una cinta con un discurso fakeado (○ fake) del filósofo y físico Max Bense —el posterior filósofo oficial del movimiento del 68 en Stuttgart— acerca de

Berlín

de los NOlympics de Berlín («Contra unas Olimpíadas de los ricos, deporte popular para todos»). Aun cuando la oposición amsterdamesa tenía ciertamente una base relativamente amplia en los barrios afectados, lo cierto es que fue un pequeño núcleo de activistas el que determinó la imagen de los NOlympics holandeses. En Berlín, por el contrario, el movimiento contra las Olimpiadas se caracterizó por acciones masivas y de fuerte y variada militancia («Jóvenes, entrenaos para la Olimpiadas»). Con más de 70 acciones militantes, la escena política de Berlín consiguió hacer honor una vez más a su reputación.

A partir de 1992 empezaron una cadena de acciones: rotura de cristaleras en empresas olímpicas, perturbación del funcionamiento, pintadas en la ciudad, etc. Cuando pequeños artefactos incendiarios hicieron saltar los dispositivos antiincendios de tres centros comerciales, los daños ascendieron a millones de marcos. Junto a otros atentados, se llevaron a cabo también otro tipo de acciones de mayor efectividad pública como, por ejemplo, el secuestro del Estadio Olímpico, en enero de 1992, de una placa en memoria del organizador de las Olimpíadas de 1936, Carl Diem. Al no ser cumplidas las exigencias del comando, que se puso de nombre el del gerente de la empresa gestora Olympia GmbH, Lutz Grüttke, la placa fue reducida, como se anunció, a un montón de birutas. El Anti-

Los osos de Berlín



Internacional Situacionniste (1958-1969), vol. I, Madrid, 2000.

Dreßen, Wolfgang/Kunzelmann, Dieter/Siepmann, Eckhard (ed.): *Nilpferd des höllischen Urwalds. Spuren in eine unbekannte Stadt – Situationisten, Gruppe Spur, Kommune 1*, Berlín 1991.

términos como continuidad, coincidencia, información estética, perfección, civilización, el mundo de los signos y el de las señales.

El grupo SPUR no tuvo ni un año de duración. Ya en 1962 tuvo que comparecer ante el tribunal de la IS: «A la vista de la oposición de ciertos elementos de la sección alemana contra la IS desde la conferencia de Gotemburgo y, sobre todo, del contenido del número 7 de la revista Spur, de la desconfianza así como la enemistad de este grupo respecto a compañeros que siguen las indicaciones de la IS en Alemania y fuera de ella así como su colisión ahora indiscutible con algunos círculos dominantes de la cultura europea», casi todos los miembros del grupo SPUR fueron excomulgados de la IS según uno de sus habituales rituales de expulsión. Al poco tiempo se produjeron tensiones dentro del grupo que pronto condujeron a su disolución.

Böckelmann, Frank/Nagel, Herbert: *Subversive Aktion*, Frankfurt, 1976.

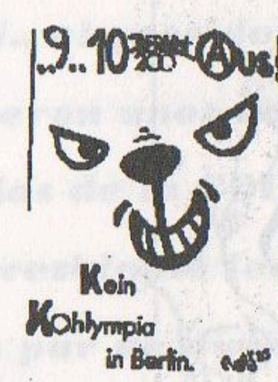
Independientemente de esto, el grupo SPUR fue la base del pensamiento político y las formas de acción que constituyeron el centro de las actividades de Subversive Aktion, un grupo que fue fundado casi como grupo sucesor. Acción Subversiva, como se puede leer en el libro del mismo nombre, fue un pequeño grupo de «intelectuales esotéricos» que, a principios de los años 60, discutía

Olympia-Komitee (AOK [siglas que coinciden con las de la principal mutua de enfermedades; N. T.]) se convirtió en bisagra entre el ala política legal y los grupos que operaban ilegalmente. Esto funcionó porque, en el caso de las Olimpíadas, también los adversarios tradicionales de las acciones militantes dentro del campo alternativo apoyaron, al menos para sus adentros, este tipo de acciones. Además, en este caso se contaba con la ventaja, por una vez, de no partir de una posición socialmente minoritaria. La situación era favorable a buscar el enfrentamiento con la Olympia GmbH, el Senado de Berlín y el COI. En realidad, se trató de una campaña política clásica (informes, actos y manifestaciones) que adquirió el carácter de una acción de guerrilla de la comunicación, sobre todo, por la exageración de la imagen de peligrosidad e imprevisibilidad de la escena autónoma de Berlín.

Los miembros del COI, como en el caso de Amsterdam, recibieron diversas cartas en las que se ilustraban las ventajas de Berlín desde una perspectiva autónoma. También se envió un vídeo «violento», en el que se mostraban imágenes del amplio movimiento militante y sus actuaciones más importantes en el pasado, y que concluía con una persona enmascarada que jugando con una piedra en la mano anunciaba: «We will wait for you» (Os estamos esperando). Los NOlympics especulaban con la idea de que los destinatarios se

Los osos de Berlín





Berlin gegen Olympia

en círculos descentralizados, las llamadas «microcélulas», acerca de psicoanálisis y marxismo, teoría crítica y surrealismo. Sus principios políticos, sin embargo, también tendrían gran influencia con posterioridad en las formas políticas del movimiento antiautoritario, la Alianza Socialista de Estudiantes Alemanes (SDS) así como en toda la oposición extraparlamentaria (→ Kommune 1).
En el curso del tiempo se crearon pequeños grupos de Acción Subversiva en Múnich, Tubinga, Berlín, Nuremberg y Stuttgart, y luego también en Marburgo y Frankfurt.
En sus inicios, los escritos y actividades de Acción Subversiva están aún fuertemente influenciados por el principio cercano al situacionismo del accionismo simbólico (lo que Kunzelmann califica en 1975 de «mierda burguesa»). Se conciben a sí mismos como «cabecillas de la desobediencia organizada» y exigen en Directrices facultativas 2: «La crítica tiene que desembocar en la acción. La acción desenmascara el dominio de la opresión». Tras esto se esconde la idea de que el análisis no se ha de ver ya como condición previa del esclarecimiento, sino como «trampolín» para intervenir en la realidad; es decir, se trataba de provocar un encuentro directo entre teoría y práctica que por su accionar se fuera reproduciendo a sí mismo.
Una de las acciones subversivas de gran calibre en Stuttgart, con ocasión del 80.° Encuentro de los Católicos Alemanes, en 1964, debía servir para dar a conocer a la opinión pública un potencial revolucionario no fácil de etiquetar y, al mismo tiempo, ayudar a crecer al pequeño grupo ya existente en Stuttgart. El objetivo era convertir el Encuentro de los Católicos en un gran happening y conseguir así llamar la atención sobre los encantos de otra vida muy diferente. Sin embargo, la cosa se quedó en un intento, con excepción de una enganchada de carteles. A consecuencia de ello, se produjeron en la historia de la República Federal las primeras y únicas detenciones por sospecha de blasfemia. Dado que los detenidos llevaban consigo una lista con el nombre de todos los participantes, todas las demás acciones se vieron frustradas. Y eso que habían planeado cosas la mar de bonitas: conquista de micrófonos para perturbar el Encuentro de los Católicos con sermones propios y trasladar la misa a unos grandes almacenes; jugaban con ideas como la de colocar una estrella de Mercedes en la cruz del altar o cambiar los indicadores de «Hacia el Encuentro de los Católicos» por el de «Hacia la Fábrica Mercedes», etc.
Una lista con ocurrencias para la Documenta de Kassel, al parecer, tampoco pasó de la fase de elucubración de ideas divertidas. Entre las propuestas había el «reparto de invitaciones para la inauguración a institutos de bachillerato y direcciones importantes sacadas de la guía telefónica de Kassel», «manipulación de cartas a los periódicos que aclaren nuestro punto de vista (el arte como mercancía / el arte como absorción de lo utópico y revolucionario)», «cartas de la Oficina de Turismo de Kassel a la high society con el ruego de participar, por el monto de 2.000 marcos, en vernissages, batidas de caza de lujo y bailes de sociedad», o: «Al final de cada

mirarían estas informaciones, aunque sólo fuera por curiosidad, y que en todo caso les dejarían un mal sabor de boca.

Durante una manifestación con ocasión de una visita de una delegación del COI, en abril de 1993, las calles se llenaron de gritos como «IOC - Nee, nee, nee! - Werft die Bonzen in die Spree» (No al COI, tirad los ricachos al río Spree), y los diarios reaccionaron según lo deseado: «Y entonces llega la noche, la hora de los autónomos y enmascarados...» (Stuttgarter Nachrichten, 17-4-1993). Al igual que las de Amsterdam, también las de Berlín organizaron una visita a Lausanne e hicieron valer el efecto de unos cuantos huevos con pintura en las fachadas de la sede central del COI.

Los medios de comunicación desempeñaron un papel central dentro del concepto del deterioro de imagen también en el caso de Berlín. Lo de menos era aparecer bien o mal en la prensa; lo importante era que «Berlín y las Olimpiadas» fueran siempre motivo de titulares poco edificantes. Las activistas consiguieron instrumentalizar el interés general de los media por el sensacionalismo. Aun cuando los media fueron conscientes de este mecanismo, no supieron cómo escapar al efecto de las diferentes acciones. El que Berlín quedase, finalmente, fuera de la carrera olímpica, en septiembre de 1993, se debió a varias causas: el racismo en Alemania, el rechazo mayoritario de la población berlinesa y, sin duda también, a la estrategia del deterioro de imagen.

El aplauso del lado no deseado

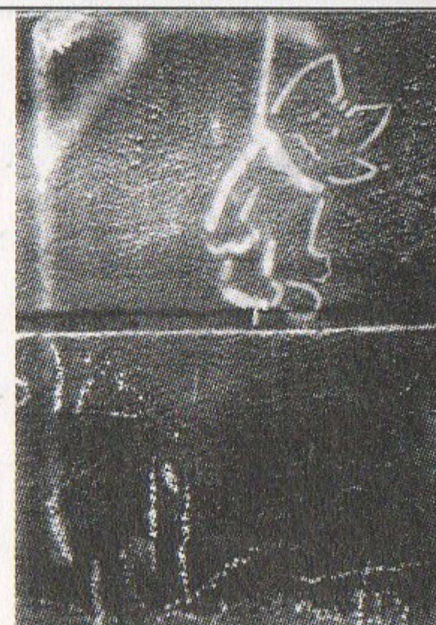
El deterioro de imagen no es sólo pensable en el marco de grandes campañas y no funciona sólo por medio de «acciones contundentes» como garante de una mala imagen. Los autónomos, lesbianas o comunistas pueden llevar al adversario político a una posición incómoda empezando a apoyarlo a viva voz. Así, por ejemplo, seguro que no se alegró mucho Richard Nixon acerca de una pancarta que se podía ver en el gran «Fuck-In» yippie, en 1973, con el texto «Homosexuals for Nixon – We love Dick» («Dick» es el diminutivo cariñoso de Richard, pero también de «polla»; N.T.). En la lógica del adversario, esto representa un perjuicio para su reputación.

Si se puede hacer creer que un reaccionario comparte posiciones de la subcultura de izquierdas, se pueden alcanzar dos objetivos: por un lado, se puede hacer llegar a la opinión pública un tema político; por otro, tienen la sartén por el mango aquellos que ponen al adversario político en un callejón sin salida y, por medio del aplauso del lado no deseado, le obligan a un desmentido o a una aclaración. Por ejemplo, las autónomas de Coblenza, a principios de 1996, le pusieron el nombre del antiguo alcalde demócratacristiano de la ciudad a su casa ocupada. Lo argumentaron diciendo que, éste es

Los cobis NO'92 de Barcelona

Carce-Lona 92
MARCA REGISTRADA





Demasiados adhesivos de la CDU en los coches

Con ocasión de la inauguración de las obras de ampliación del Archivo Alemán de Literatura en Marbach a.N., el presidente federal Herzog tenía que realizar un discurso. Con anterioridad, aparecieron unos adhesivos a todo color, con la bandera alemana de fondo y el anagrama y siglas de la CDU, firmados por el grupo local de la CDU, donde se anunciaba la visita: «¡El presidente federal viene! Roman Herzog, 13 de mayo, a las 11 h., Marbach-Schillerhöhe». Un par de días antes de la visita estaban pegados en casi todos los coches de Marbach y le proporcionaron a la CDU local no pocos improperios por parte de

vernissage dos chicas con buena presencia en traje típico (o algún uniforme) repartirán paquetes de regalo. En cada paquete habrá un trozo de mierda».

La fascinación por lo religioso se mantuvo. Con la celebración de un «Concilio en Hamburgo», que representaba el intento de delimitar una línea uniforme para todos los grupos de Acción Subversiva, se produjo un giro en la orientación del pensamiento político. La práctica subversiva, revolucionario-cultural pasó a ser considerada como simple precursora (cuestionable) o complemento de la práctica obrera preponderante. Tal como comentaron Böckelmann/Nagel, «la exigencia de Dutschke de que "uno debía poner toda su vida al servicio del proletariado" provocó un estremecimiento masoquista y a la vez narcisista».

En los tiempos siguientes, los miembros de Subversive Aktion intentaron ganar influencia dentro de la SDS para conseguir una base más amplia para sus intervenciones. Estos esfuerzos tropezaron con una gran resistencia. Para poder actuar también en contra de la voluntad de la SDS se fundó en Múnich y luego también en Berlín una «Acción para la Solidaridad Internacional», cuya primera aparición pública se dirigió contra la visita oficial del primer ministro del entonces Congo Belga, Moise Tschombé.

Los conflictos dentro de Acción Subversiva desembocaron en la expulsión de su fundador, Kunzelmann. Entretanto el grupo se había distanciado completamente de los principios iniciales del accionismo simbólico. Las razones de ello estribaron, por un lado, en el giro en las concepciones políticas que tuvo lugar al mismo tiempo que el intento de infiltración en la SDS. Y, por el otro lado, los grupos de Acción Subversiva se habían concentrado cada vez más en arrancarse de la cara la máscara burguesa, mediante el psicoterror de los unos sobre los otros, lo cual sería tematizado retrospectivamente sobre todo por las mujeres del grupo como Birgit Daiber y Sabine Goede. Llegados a este punto, la colaboración solidaria dejó de ser posible y la escisión y disolución se hizo necesaria tanto por razones de contenido como personales. ⊙

el fruto «lógico» de las experiencias tan negativas con la política traidora de los socialdemócratas (el alcalde del SPD en el cargo quería desalojar la casa), puesto que su antecesor había sido «su gran modelo en los asuntos de democracia». Éste había soltado un millón de marcos (85 millones de pts.) para reponer la estatua del emperador Guillermo en la «esquina alemana» y, por lo tanto, el antiguo alcalde, a diferencia del actual, no podía caer en el olvido (*Junge Welt*, 7-2-1996).

Crear sucesos auténticos con afirmaciones falsas

Algunos socialdemócratas podrían verse en dificultades imprevistas con manifestaciones del tipo «Los autónomos apoyan al candidato del SPD porque se opone al Jäger 90 [nuevo proyecto de caza supersónico; N. T.] y está a favor de mayor justicia social», sobre todo, si la semana antes una «horda de violentos» ha vuelto a organizar una mani de cristales rotos. A semejantes políticos también se les pueden adjudicar declaraciones que no han hecho, pero cuyos adversarios estarían encantados de oírles como, por ejemplo, a favor de la legalización de las drogas, el establecimiento de locales para yonquis o la despenalización de determinados delitos. Éste es un método ideal para obligar a los políticos (no sólo) en campañas electorales a decir cosas que por razones tácticas no dirían voluntariamente. El deterioro de imagen ayuda, así, a crear sucesos auténticos con afirmaciones falsas. Cuanto más plausible parezca una declaración de apoyo, tanto mayores serán sus posibilidades de éxito. Lo mismo sucede con Los Verdes: «Una portavoz de la Oficina para Asuntos Multiculturales del Ayuntamiento de Frankfurt calificó de "nada divertido" un fake procedente del entorno de los grupos de solidaridad con los refugiados y del Consejo de Estudiantes de la universidad. En una carta con la firma falsificada del concejal de Asuntos Multiculturales, Cohn-Bendit, dirigida a las "ciudadanas y ciudadanos de Frankfurt" se llamaba, entre otras cosas, al "boicot contra los encargados de negocios y restaurantes racistas" y se les animaba a no colaborar con "los funcionarios molestos de la Oficina de Extranjería"» (*taz*, 21-10-91).

Hay una segunda variante de funcionamiento diferente. En 1969, el grupo de guerrilla teatral Rapid Transit Guerilla Communications puso en un aprieto al candidato presidencial Richard Nixon, cuando en un acto electoral en Chicago lo recibieron vestidos de miembros del Ku-Klux-Klan y con la pancarta «The Klan supports Nixon» (El Klan apoya a Nixon). Esta acción resultó especialmente efectiva porque no eran poco los media que consideraban posible este apoyo. En los EEUU esta forma de deterioro de imagen era muy utilizada ya a

A este respecto hay en los EEUU un auténtico manual: Santoro, Victor: *Political Trashing*, Port Townsend, 1987.

Demasiados adhesivos de la CDU en los coches ...

las ciudadanas. Esto provocó que la CDU se tuviera que distanciar en una rueda de prensa: «Han aparecido llenas de adhesivos con las siglas de la CDU numerosas farolas y cristales de coches. En los mismos se anunciaba la visita del presidente federal. Estos adhesivos son falsificaciones. No proceden de nosotros. Una vez conocidas las dimensiones reales de la acción, la CDU de Marbach se ve en la obligación de tomar posición al respecto: nunca se nos ocurriría hacer una utilización partidista de la visita del presidente, y mucho menos importunar a la población con adhesivos molestos. Esta gamberrada sólo ha reportado daños

Demasiados adhesivos de la CDU en los coches .

DER BUNDESPRÄSIDENT KOMMT!
ROMAN HERZOG
13. Mai ab 11 Uhr
Marbach-Schillerhöhe.
CDU

a la CDU». En cualquier caso, la izquierda también puede sufrir a veces un tropezón con acciones así. En este caso, fueron los propios adversarios de la CDU los que, enfurecidos por la cara dura de la CDU, se lanzaron sobre los coches para arrancar los adhesivos y lanzar improperios contra sus autores.

posible este apoyo. En los EEUU esta forma de deterioro de imagen era muy utilizada ya a finales de los años sesenta.

En todo caso, los que lleven a cabo acciones semejantes tienen que hacer su labor con mucho tacto. Guerrilleras de la comunicación muy experimentadas recomiendan tener cuidado de los «efectos secundarios», aun cuando no vengan indicados en el paquete. Con frecuencia, al llevar a la práctica el deterioro de imagen se juega con símbolos y lemas racistas o discriminatorios que no siempre chocan, sino que también pueden reforzar dichas tendencias sociales y contribuir a su mayor propagación.

Una práctica muy recurrida para el deterioro de imagen es obligar al adversario al empleo de símbolos por él poco apreciados. Si un neonazi, de repente, se ve obligado a residir oficialmente en la Calle Anne Frank o en la calle Erich Mühsam, seguro que no le hace gracia. Se pueden crear situaciones en las que el adversario se ve obligado a realizar declaraciones o acciones que no quiere, pero que, por razón de su lógica y valores, tampoco puede evitar. Esto es lo que consiguió Anja Rosmus (véase la película «Das unmögliche Mädchen» [La chica imposible]) en Passau, cuando envió una declaración de prensa en nombre del alcalde de la CSU (socialcristianos, a la derecha de la CDU; N. T.), en donde éste daba a conocer su voluntad de recibir en la estación de la ciudad a antiguos residentes judíos de la ciudad. No se lo había propuesto nunca, pero tuvo que seguir el juego una vez publicado en la prensa.

Apropiarse del nombre del adversario

Otra forma de deterioro de imagen tiene lugar cuando se emplean símbolos, anagramas o sellos, de manera consciente, en un contexto de carácter negativo y, a veces, incluso en acciones ilegales. El objetivo de las activistas, en estos casos, es hacer recaer la ira de los no participantes sobre el contrario, cuyo nombre se empleó para la acción. Cuanto más improcedentes y llamativas nos parezcan las paredes de calles enteras llenas de pintadas «¡Vota CDU!», tanto mayor será el jaleo para este partido. Con ocasión de las elecciones municipales en Baviera, numerosas fachadas de Regensburg ostentaban escuetamente las siglas «CSU». El efecto de una acción así resulta, de un lado, del cabreo de los ciudadanos por las «pintadas»; por otro lado, del hecho de que la CDU/CSU difícilmente podrá explicar por qué iban sus adversarios a hacer pintadas en su favor. Unas cuantas cartas a los diarios en las que se ataque esta forma de hacer campaña electoral podría suponer la guinda en un contexto así.

La buena Alemania

El 8 de noviembre de 1992 se reunió en Berlín la «buena Alemania». El presidente y el canciller federal se habían puesto a la cabeza de una manifestación en contra de la «xenofobia». En vista del aumento de los pogromos racistas —los más conocidos fueron los ataques a asilos de refugiados y viviendas de extranjeros en Hoyerswerda, Mölln y Rostock—, la misma clase política que desde hacía años venía calentando el ambiente en contra de los refugiados y personas sin pasaporte alemán quería presentarse a sí misma y a su Alemania como amiga de los extranjeros. Pero las cuentas no les salieron bien, pues

El pasteleo electoral

Algo importante acontece, cada cuatro o cinco años, en municipios, comarcas, regiones y en todo el país. Representantes de todos los partidos imaginables se lanzan a la conquista del voto de las electoras para conseguir puestos en los diferentes parlamentos y actas de diputado. La izquierda, por cierto, se ha de replantear cada par de años qué actitud tomar ante el tema del derecho de voto: ¿boicot electoral o «mal menor»? El otrora «quien da su voto, no tiene nada más que decir», sostenido a voz en grito, ha perdido su vigor o se ha quedado en una vocecilla sin fuerza. Hace algunos años que algunos grupos de la izquierda alternativa y restos procedentes de la izquierda radical vuelven a participar, de manera intensa, en todo tipo de elecciones, pegando carteles electorales y reuniendo listas de candidatas. Pero, en todo caso, de manera muy diferente a como les gustaría a Los Verdes, comunistas y demás izquierda institucional.

Justamente porque la democracia representativa burguesa escenifica el espectáculo electoral como algo sumamente importante, se abre un amplio campo de actuación para las guerrilleras de la comunicación. Al participar en el pasteleo electoral, de lo que se trata es de apropiarse con destreza del proceso escenificado, los signos y actuaciones de la lucha electoral y ○ *tergiversarlos*. A veces consiguen hacer llegar posiciones propias a la discusión pública, pero en primer lugar deconstruyen el discurso político hegemónico, a los partidos dominantes y, ante todo, las propias «escenificaciones del poder» que tienen lugar en las elecciones.

No son pocos los grupos que participan en las elecciones bajo la etiqueta de «partido». En Zúrich, donde el ○ *Müllern* (hacer el Müller) tiene ya una cierta tradición, en 1994 se presentó un grupo a las elecciones municipales bajo el nombre de «La Müllernativa». Los dos candidatos en liza fueron por supuesto dos señores: el Sr. Andreas Müller, 43 años, caballo de tiro de los partidos burgueses, y Andreas Müller, candidato de la «Müllernativa» y cabeza de lista junto con Irene Müller para las elecciones municipales. En caso de que la «Müllernativa» saliera victoriosa del embate, Andreas Müller se proponía partirse la presidencia del Ayuntamiento con Irene Müller por razón de cuotas. La escena había seleccionado su candidato alternativo de un total de 19 Andreas Müller de la guía telefónica. El segundo Andreas Müller ya había sido anunciado por adelantado haciendo circular continuos rumores. Una vez que éste se presentó en persona al escenario electoral, una campaña electoral de gran calado profesional se ocupó de que la «Müllernativa» estuviera continuamente presente en los media. Que la coincidencia de nombres provocaría gran confusión fue algo que pronto estuvo claro para todos los implicados, puesto que las electoras, según el derecho electoral zuriqués, no ponen una crucecita en la

La buena Alemania ...

entre las 300.000 personas convocadas en el Lustgarten se habían colado unos cuantos «lanzadores de huevos autónomos» vestidos de manera discreta. Apenas comenzó el discurso del presidente federal, empezaron a volar los primeros huevos en dirección a la tribuna de oradores. Estos huevos se convirtieron enseguida en piedras en la prensa alemana, tan graves como mínimo como las botellas incendiarias lanzadas contra los asilos de refugiados. Esta acción perturbadora consiguió deteriorar de manera sensible y duradera la imagen de la «buena Alemania» delante de la prensa internacional. «Porque llevamos nuestro país en

papeleta de voto, sino que han de escribir el nombre. Como se puede imaginar, los partidos burgueses quisieron impedir que se denostara así su democracia. Pero no pudieron hacer legalmente nada contra esta «coincidencia» de nombres.

Cuando en junio de 1994 «Los ingobernables - Lista Autónoma» se presentaron a las elecciones europeas, lo que pretendían era hacer uso de los anuncios electorales gratuitos en radio y televisión así como de los espacios para carteles y actividades electorales a nivel local. De esta manera querían confrontar los oídos y ojos del conjunto de radioyentes y televidentes alemanes con el mensaje contundente de la izquierda radical. Además, entre otras cosas, el grupo intentó organizar una conferencia sobre «la seguridad interna» en la Jefatura Superior de Policía de Wuppertal. Lo importante no eran los votos, sino emplear la «lucha electoral» para realizar una crítica a fondo de la situación social y, en especial, del racismo estatal.

KDP/RZ

Entretanto aparecen cada vez más grupos que no tienen nada en común con los partidos burgueses. Su motivaciones son tan difusas como diferentes son sus reivindicaciones políticas. El ○ *KPD/RZ* (Demócratas Patriotas de Kreuzberg/Centro Realista), que lo mismo se mete con la política burguesa como con la de los partidos de izquierda (como se ve, por ejemplo, con sus siglas [coincidentes con las del Partido Comunista de Alemania y las Células Revolucionarias; N. T.]), con ocasión de las elecciones de diputados en primavera de 1989, exigía la reunificación de «Alemania según las fronteras de la Nación Alemana del Sacro Imperio Romano de 1195 (Enrique IV)» (*taz*, 4-4-94). Junto a formas semejantes de exageración y la ○ *afirmación subversiva* de posiciones políticas «serias», también se encuentran manifestaciones completamente absurdas. Peticiones como «prohibir fumar en calles de dirección única» (KPD/RZ) son un ataque al gesto severo de la política oficial, a la retórica de la prudencia, la responsabilidad y la seriedad.

A las elecciones del municipio de Offenbach, en marzo de 1993, se presentó la «Lista Nadie», animada por personas procedentes del espectro libertario y autónomo, a la que luego darían su apoyo otras del entorno (ex) comunista e independientes.

La idea de esta lista se vio inspirada, entre otras cosas, por algunas historietas del dibujante de cómics aragonés Carlos Azagra y por su Partido de la Gente del Bar. Sin embargo, este juego de palabras tenía ya tradición en Alemania: ya Till ○ *Eulenspiegel* se había presentado a un rico como «Nadie» para a continuación insultarlo, golpearlo y robarlo. Como se puede suponer, nadie pudo ayudar a la víctima cuando se quejó de que Nadie lo había maltratado. En 1968, los yippies nominaron al cerdo «Pigasus» como candidato a las primarias de los Demócratas contra el candidato presidencial Richard Nixon, y para las elecciones propiamente dichas al

«Nobody for President». Cfr. http://www.chessworks.com/nobody.htm

Eulenspiegel

La buena Alemania .

el corazón. Y porque nos preocupamos por Alemania» (Frankfurter Rundschau, 9-11-92)***, los comentaristas se quejaban de «que el mínimo común denominador que habíamos encontrado para corregir la imagen de Alemania en el extranjero, por medio de manifestaciones masivas, no sea compartido por todos»*** (Stuttgarter Zeitung, 9-11-92)***. Tanto los media como los políticos hicieron suya la noble misión de enderezar esta imagen: «Camorristas izquierdistas, autónomos violentos e ideólogos radicales han conseguido destruir y hacer trizas, una vez más, lo que tocaba rehacer: el prestigio de la República, la reputación del nuevo Estado reunificado»*** (Stuttgarter Nachrichten, 9-11-92)***. Y fue mejor así.***

candidato «Nobody» (nadie), porque en definitiva siempre gana Nadie. Le siguieron otras campañas de «Nobody» para diversas elecciones presidenciales: «If nobody wins, everybody wins» (si gana nadie, todo el mundo gana). Su programa prometía, entre otras cosas, la vida eterna y lavabos limpios gratuitos para todos.

La Lista Nadie intentó contraponer una crítica práctica tanto a la forma como a los contenidos de la política dominante, exponiendo con contundencia sus posiciones, pero jugando a la vez con las diferentes interpretaciones que el uso del nombre «Nadie» permite. Como regalo electoral prometía, bajo el lema «¡Nadie os regala algo!», centros juveniles, jardines de infancia y buenas escuelas, y muchas cosas más. Eslóganes del tipo «¡Vota a Nadie, pues Nadie representa tus intereses, si no lo haces tú mismo!» se valían de las formas de la propaganda electoral burguesa para criticar el principio burgués de la representación de intereses por medio de formulaciones paradójicas y equívocas. Al mismo tiempo se llamaba así a las votantes a ser políticamente activas por sí mismas. La lista sacó un nada despreciable 3,3% de los votos, que sumados a los votos nulos, los votos en blanco y a la abstención dio una amplia mayoría para los que habían votado a Nadie. La última ocurrencia de la lista fue la de fundar un Comité para la Candidatura de Offenbach a los Juegos Olímpicos de Invierno del 2008, bajo el lema de «Gebt Offenbach eine Schanze!» (¡Dad un trampolín [una oportunidad] a Offenbach!, jugando con la similitud de la palabra «Chance», oportunidad, y la palabra «Schanze», trampolín de salto, y el sarcasmo de que Offenbach no se caracteriza precisamente por reunir las condiciones geográficas y climáticas para celebrar pruebas de esquí; N. T.).

Este tipo de listas imitan los códigos de los partidos «auténticos» e ilustran cómo funciona el pasteleo electoral. La mayoría tienen un cabeza de lista, una dirección y papel de cartas con el anagrama del partido. También en sus apariciones públicas intentan imitar lo máximo posible la imagen de los candidatos y cargos electos burgueses. Una se ha de fijar bien para darse cuenta de que están muy lejos de aquello que constituye al parecer la esencia de la política partidista clásica: a saber, la seriedad, la exclusividad y el planteamiento de temas políticos supuestamente relevantes. Así aun cuando, por ejemplo, la «Liste für Sauberkeit und Demokratie» (LSD) [Lista por la Limpieza y la Democracia], en Wurtzburgo, tomó la forma de una lista electoral y declaró, de manera creíble, que su candidato a la alcaldía, Hans Pfefferl, quería «deshacerse de toda la purria de la ciudad»; éste era sólo el punto de partida, copiado de la imagen formal del resto de partidos, de lo que sería una forma de ○ *distanciamiento.* A la pregunta de por qué quería ser alcalde de Wurtzburgo, el candidato de la LSD respondió: «Para demostrarle a mi familia que sin saberme siquiera la tabla de

Was lefft, Erlanger Stadtzeitung, nº 155.

Apoyo gay-lesbiano a la campaña electoral

Taz, 20-10-95. El senador estadounidense Bob Dole se encuentra en dificultades: algunas organizaciones de gays y lesbianas le han ingresado donaciones electorales. A Dole se le considera el candidato presidencial con mayores posibilidades y sector duro de la derecha norteamericana. Su equipo de apoyo electoral devolvió apresuradamente y ofendidos el dinero; pero de repente Dole se encontró con un problema: la opinión pública de los homosexuales: «Yo creo que mis hombres no habrían rechazado el dinero, si primero hubieran hablado conmigo», manifestó un Dole acorralado, al preguntarle un periodista en



«¡Los planes del KPD/RZ son buenos porque son correctos!»

Actúan en el corazón de la bestia, en medio de Berlín. Desde 1988, como ellos mismos dicen, «son el único partido de masas de extremo centro»: los Kreuzberger Patriotischen Demokraten/Realistisches Zentrum (KPD/RZ [Patriotas Demócratas de Kreuzberg /Centro Realista], siglas coincidentes con las del Partido Comunista de Alemania y las Células Revolucionarias; N. T.). Una ojeada en el archivo del «encargado de propaganda» demuestra la decisión y el vigor con que el partido defiende su idea: «¡Kreuzberg, lo primero!» (taz, 17-6-1995). A la pregunta de qué prometen a sus electores, reconocen: «Lo prometemos todo y no cumplimos nada». A la observación de que esto no les diferencia para nada de otros partidos, sueltan un rotundo: «La diferencia es que nosotros ya decimos de entrada que nos dejamos sobornar».

Montañas de escritos de agitación, móviles sonando sin parar y los ordenadores de la oficina del KPD/RZ indican una actividad frenética. En una esquina hay grandes cajas de cartón, llenas con camistas y gorras con el emblema del partido. El «encargado de propaganda» nos señala durante una visita su última novedad: en la portada de un CD con el subtítulo «la banda sonora de la democracia» se ve al «verdadero Heino» (una especie de Rafael a la alemana; N. T.) dándolo un fuerte apretón de manos a Bela B. del grupo «Die Ärzte» (una banda punk). El contenido del disco es de perentoria actualidad: tras una «suave introducción a la política del partido» suena la canción «¡Kreuzberg, lo primero!», seguido de un discurso acerca de la financiación de los partidos, un orginal anuncio de propaganda electoral y, a continuación, «Lo que se debería saber acerca de los partidos políticos con especial atención al KPD/RZ». Para acabar se desea a todo el mundo «suerte y dinero».

Se caracterizan por su tesón, afirma el encargado de propaganda. La crónica del partido de aquellos que quieren «devolver su dignidad a Kreuzberg» (título del programa electoral de 1995) lo confirma. A su fundación en 1988, le siguió en febrero de 1989 la presentación de su «Declaración de Blücherplatz», que se considera su programa de principios. Fueron numerosas las actividades que el joven partido habría de emprender para dar un salto hacia delante: reuniones abiertas de la dirección, el esbozo de un emblema del partido, acciones para recoger dinero, elaboración de circulares a los afiliados, etc. El 1 de Mayo de 1992 llegó el gran día para los activistas del distrito de Kreuzberg, en Berlín. Por primera vez, la dirección del KPD/RZ tomaba parte en el gran desfile del 1º de Mayo. Pocos días más tarde, el partido llevó a cabo un acto informativo de gran repercusión bajo el título: «Los borrachos preguntan, los políticos responden». 14 días más tarde tenían lugar las elecciones municipales en Berlín. Con orgullo, el presidente del partido explica que en algunas mesas electorales de Kreuzberg se alcanzó hasta un sensacional 17% de los votos. A raíz del éxito arrollador, en Brandenburgo y en el Sarre se fundaron sucursales regionales del KPD/RZ. También aumentaron de manera creciente los fondos de cotizaciones.

multiplicar, puedo convertirme en un personaje conocido, guapo, rico y cotizado».

No fue hasta muy tarde que se hizo la luz en las oscuras actividades del Partido de la Ley Natural, que con sus inaguantables discursos (y políticos) consiguió elevar el pasteleo político convencional hasta esferas inimaginables y consiguió cierta fama con sus «yoguis voladores». Las amigas y amigos del Partido de la Ley Natural exigen el empleo de «yoguis voladores», una especie de brahmanes que se desplazan saltando sobre sus rodillas, en las zonas peatonales de la RFA. En Ulm le prometieron al electorado que con sólo 40 de estos personajes se lograría erradicar para siempre la violencia sin sentido de las calles de Ulm. Se nos prometió que el partido continuaría defendiendo sus posiciones en próximas elecciones. Entretanto se ha sabido que el Partido de la Ley Natural está inspirado en el Partito della Legge Naturale italiano, llamado a la vida como ○ *fake* por ○ *Luther Blisset* en Bolonia.

Estas formas tergiversadas de política partidista burguesa producen confusión también porque no ejercen la oposición según los parámetros habituales. El mito de la legitimación democrática de la política dominante necesita imperiosamente de una oposición que «le siga el juego». Quién eche un poco de pimienta en el pasteleo electoral puede intentar romper el encantamiento del principio de representación burgués poco

Apoyo gay-lesbiano a la campaña electoral .

Ohio que intuía en la devolución del dinero una radicalización del curso derechista. Entretanto el republicano vuelve a estar en dificultades por lo que se refiere a su actitud frente a homosexuales y lesbianas. El portavoz de su equipo electoral, Nelson Warfield, ha hecho saber que, en relación a esa «historia inflada artificialmente» y para evitar nuevas desavenencias, a partir de ahora se rehusará cualquier donativo de similar procedencia.

democrático y mostrar la farsa que representa, en el fondo, esta forma de ejercer el poder consolidada constitucionalmente.

Sin embargo, las acciones de pasteleo electoral de algunos partidos de broma pueden hacerle el juego (involuntariamente) a la versión reaccionaria-populista del «enojo con los partidos» escenificado por los media. No todas las lecturas que se pueden hacer del pasteleo electoral son automáticamente de izquierdas. Algunas consignas poco cuidadas contra «los de arriba» o contra «los» políticos pueden volverse en contra y reforzar la crítica reaccionara a la democracia burguesa.

Con frecuencia, los dolores de cabeza empiezan cuando hay posibilidades reales de salir elegidos con un porcentaje del cinco por ciento o más. El peligro que se corre cuando se acepta participar en el juego «cuatrienal» es acabar teniendo que enfrentarse con las reglas de juego parlamentarias. Ésta es la suerte que recayó, en 1993, en Rüsselsheim nada menos que a dos grupos distintos a la vez: la «Liste Rüssel» («Rüssel» significa hocico o trompa, en alemán) y la lista «fNEP» (Liste «für NichtwählerInnen,

Campaña electoral del KPD/RZ



Kathrin Fahrenz
Cabeza de lista del KPD/RZ
Para el cargo de alcalde de Potsdam:
«EN EL CENTRO NO HAY SITIO PARA DOS»

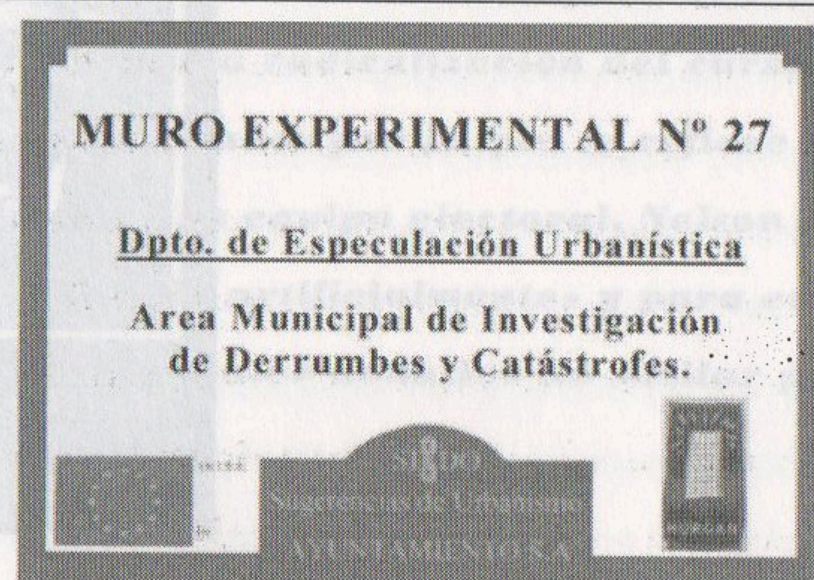
El 1 de Mayo de 1994, los incansables políticos del KPD/RZ asestaron otro gran golpe. Una manifestación de 1º de Mayo arrancó a las 21 horas de la Marheinkeplatz, en Berlín, a fin de contrarrestar algo la imagen de los violentos autónomos que acostumbran a merodear por las manis del 1º de Mayo (cita del KPD/RZ: «Vienen en su mayoría de afuera, hay incluso alguno de Potsdam entre ellos» [Potsdam queda a unos pocos kilómetros de Berlín; N. T.]). El KPD/RZ hizo un llamamiento a participar en esta mani para protestar contra «las bullas nocturnas y la violencia sin sentido». La «madre de todas las manifestaciones» atrajo hasta sus filas a dos mil quinientas personas, que atravesaron las oscuras callejuelas gritando a pleno pulmón: «¡Las bullas nocturnas son una vergüenza!» Cuando al final de la manifestación, algún policía afirmó que también ellos deberían apuntarse a la mani alguna vez, fueron despedidos con el eslogan: «Policías alemanes, a jardineros y floristas». También los eslóganes: «Una lucha, una voluntad: valor para el silencio», «Queremos dormir» y «Silencio, la cosa está que explota» (taz, 3-5-94) tuvieron buena acogida entre los paseantes más que animados de esta jornada de mayo.

Después del fracaso de la campaña por mantener el antiguo código postal, el KPD/RZ demostró que domina su oficio al editar un sello especial en pro de la conservación de la «identidad de Kreuzberg 36». (Tras la caída del muro y el traslado de la capital a Berlín, se tomaron diferentes medidas para acabar con la idiosincrasia del combativo barrio de Kreuzberg, entre otras su desmembramiento y la pérdida de su código postal: N. T.) Poco

ErstwählerInnen und ProtestwählerInnen» [Lista «para no votantes, votantes primerizos y votantes protesta»]; las siglas coinciden con las siglas en ruso de la Nueva Política Económica de Lenin; N. T.) (*taz*, 14-3-95). Ambos grupos recogieron votos del campo alternativo y de izquierdas, y sumaron juntos el 12% del total. El final de todo esto fue más bien deprimente: a finales de 1994, la «fNEP» abandonó una coalición formada por CDU, FDP, Los Verdes y la «Liste Rüssel». A un problema similar se enfrentó la «Liste Alz» en Ratisbona. Bajo el lema: «Olvidemos lo pasado», se presentó a las elecciones municipales en Baviera con una lista encabezada por un tal Josef Alzheimer. Es opinable si tiene sentido presentarse bajo tal nombre, para criticar a «los» políticos a costa de las personas casi siempre mayores que padecen Alzheimer. La lista, surgida a partir de una mezcla de cabreo con los partidos y ocurrencias de barra de bar, tuvo un éxito considerable. Llevó a cabo un mitin central con 4.000 asistentes ante el Ayuntamiento de Ratisbona, en el que el cabeza de lista apareció conducido por una limusina negra y sostuvo un discurso electoral conscientemente indescifrable desde el balcón del Ayuntamiento, que finalizó con la confesión: «¡Yo soy un ratisbonés!». En la televisión bávara unos periodistas intentaron en vano arrancarle una frase razonable con algún mensaje inteligible. Después

La Alameda... SI&DO





después se sacó el nuevo carnet del partido a prueba de falsificaciones. En las elecciones al Congreso de Diputados y al distrito de Kreuzberg, el partido alcanzó el 4,7% de los votos en Kreuzberg y se convirtió así en la cuarta fuerza más votada en el barrio. Una mirada al escrito de presentación electoral ayuda a comprender el éxito del KPD/RZ: exigencia de prohibición de la delincuencia de todo tipo, de sonidos más melódicos para las sirenas de la policía, bomberos y ambulancias, de la introducción de una prima de vuelta a casa, sin derecho a regresar, para los suavos, etc. En el ámbito de la política cultural se exigió más suerte para los equipos de deporte locales así como la prohibición de salida a la calle de los hombres en caso de temperaturas externas superiores a los 30 º C. Legendaria sería la exigencia de prohibición de fumar en las calles de un solo sentido, lanzada desde el Negociado de Salud Pública. También del ámbito de la política de tráfico supo sacar tajada el KPD/RZ con su idea del principio de rotación para los nombres de las calles. Esto lo explica casi todo.

Octubre de 1995 le trajo a Berlín también la fama de ser la primera ciudad con una batalla campal legalizada. En la Heinrichplatz el KPD/RZ se enfrentó a los «socialdemócratas germanoorientales», del grupo de trabajo Jóvenes Compañeras del PDS. El resultado en palabras del KPD/RZ: «El agresor PDS sufrió una derrota terrible de la que no volverá a recuperarse. La socialdemocracia se puede considerar derrotada». Y esto a pesar de que con anterioridad habían amenazado, siguiendo los buenos viejos modos presuntuosos socialdemócratas, con que «la Heinrichplatz

del éxito fenomenal (dos concejales), resultaría cada vez más difícil proseguir con la actitud que se mantuvo durante la campaña electoral, puesto que luego tanto la prensa como los otros partidos en liza intentaron reconducir la «Liste Alz» hacia una colaboración parlamentaria constructiva. Con éxito: los dos concejales se esforzaron tras su elección al máximo por integrarse en el trabajo municipal y desarrollar algunas posiciones políticas «razonables». Queda claro que la ○ *gramática cultural* es tan fuerte que apenas si resulta posible continuar con una táctica semejante a la electoral una vez dentro de los ayuntamientos o parlamentos. Pero eso no significa que no haya salida alguna. Una posibilidad es la probada por los ○ *provos* holandeses. Tras su primer éxito electoral se disolvieron oficialmente.

Siempre existe el peligro de que el pasteleo electoral contribuya, sin quererlo, a reanimar la insipidez de la política parlamentaria, para entretenimiento del electorado, con un poco de colorido en un gris paisaje partidista. Como cualquier sátira, también el pasteleo electoral puede comportar que uno se acomode a lo existente. El arte en este tipo de acciones políticas consiste en introducir elementos que no le permitan al público una sonrisa demasiado satisfecha, sino que le provoquen un hipo lo más violento posible.

La Alameda ...

Hace un par de años Sevilla organizó una conferencia de ciudades sostenibles. Los movimientos sociales estaban bastante cabreados ante la operación de imagen en marcha y convocaron una conferencia alternativa. Como parte de esa conferencia se le encargó a la Fiambrera Obrera que montase algo específico relacionado con intervenciones, acciones y esas cosas. Por aquel entonces, el barrio de la Alameda estaba en esa fase que precede y acompaña a todo proceso de especulación en la que predomina el «abandono» de edificios, calles, servicios, etc. La gente se quejaba de que estaba todo lleno de mierda, los barrenderos

será vuestro Waterloo». La cosa se quedó otra vez en agua de borrajas.

El 20 de abril de 1996, el presidente del KPD/RZ dio a conocer el «Llamamiento de Kreuzberg». En él se atacaba a la llamada reforma de distritos, planeada por la «sanguinaria banda Diepgen-Stahmer» [Diepgen era y es el alcalde de Berlín, y Stahmer, la entonces senadora de Educación, Familia y Juventud; N. T.] (taz, 22-4-96) para destruir definitivamente la identidad de Kreuzberg. En vista de la «continuidad del terror», los responsables del partido tomaron una posición clara: «¡no contéis con nosotros!». Además, se creó una milicia de Kreuzberg, a la que se apuntaron muchas personas. Ya veremos cómo se sigue desenvolviendo el «partido del extremo centro». Pero hay una cosa que nadie podrá cuestionar: «¡Los planes del KPD/RZ son buenos porque son correctos!» ⊙

Hacer el Müller

La presencia en los media es un cuchillo de doble filo. Cuando los movimientos políticos y sociales no son lisa y llanamente silenciados, acostumbran a ser presentados de forma descafeinada y simplista o reducidos a meros estereotipos («violencia juvenil», «desorientación», etc.). La cosa resulta especialmente peliaguda cuando las representantes de dichos movimientos han de presentar su posición en una discusión televisiva; puesto que en el marco de un acto así se ven obligados a aceptar formas de discusión burguesa («diálogo constructivo...») o simplemente son expuestos como animales exóticos. Una manera posible de conducirse, dados los condicionantes de una discusión pública, a fin de utilizarla para los propios fines, es la que nos muestra el proceder de «el Señor y la Señora Müller», que hicieron servir su presencia en los media para una táctica de afirmación subversiva.

En mayo de 1980, a raíz de los enfrentamientos con la política cultural municipal en relación a un centro juvenil autónomo, se formó un fuerte movimiento juvenil en Zúrich. En las semanas siguientes la confrontación entre la violencia estatal, la política y el movimiento fue en aumento. En junio-julio las protestas juveniles se extendieron a otras ciudades suizas. A los intentos de los

Bögeholz, Hartwig: «Wir haben Grund genug zum Weinen – auch ohne euer Tränengas. Hintergründe des Aufruhrs in Zürich». En: *Kritik*, nº 26, 1980, pp. 142-154, y Canetta, Maurizio: *Zürich gegen Zürich*. Zürich/Locarno, 1981.

La Alameda ...

no habían pasado desde las últimas elecciones y muchos edificios amenazaban ruina. En un primer análisis vimos que podía ser importante generar algún tipo de código que nos permitiera sintetizar toda esa situación de un modo barato (no teníamos un chavo), jocoso (¡estábamos en Sevilla!) y políticamente efectivo. Trabajando de modo táctico (ver ⊙ Fiambrera Obrera) vimos enseguida que uno de los elementos más abundantes en el barrio y en Sevilla, en general, era el escudo-logo del Ayuntamiento con la inscripción «NO & DO», que se leía: «NO madeja DO», o sea, no me ha dejado. Ésta procedía de una especie de homenaje



Hay una expresión en francés que designa lo que sucede cuando un trabajador desvía parte de su tiempo de trabajo, de sus herramientas o materiales para hacer lo que le da la gana, por ejemplo un regalo para los colegas. Los franceses llaman a esto la «perruque», la peluca y al parecer es una tradición muy extendida y hasta estudiada por los consabidos sociólogos.

Los empresarios hacen lo que pueden para prohibir estas pelucas, pero no han conseguido erradicarlas. Y ahora es la gente que trabaja en oficinas la que también se dedica a hacer lo que le apetece más en su tiempo de trabajo...

En España no sabemos de ningún sociólogo que se haya dedicado a investigar esto, pero sí que sabemos que en nuestro pueblo los albañiles llaman a eso «llenar la fiambrera», también nos consta biográficamente que los trabajadores de las fábricas de cerámica y materiales de construcción llenan sus fiambreras y se construyen sus casitas sin llamar a ningún arquitecto ni nada de nada.

Bueno pues ahora ya sabéis por qué el nombre «fiambrera obrera». Los fiambreras somos un colectivo muy amplio compuesto fundamentalmente de albañiles que son artistas y activistas, o viceversa.

La fiambrera empezó trabajando en tajos tan diversos (?) como acciones de apoyo a la insumisión y de «llenado de fiambreras» en supermercados.

En los casi diez años que llevamos trabajando hemos ido haciendo por juntar esos dos frentes: el de la acción

órganos estatales de represión de convertir las manifestaciones en carnicerías, el movimiento reaccionó con formas no convencionales de manifestación. El lema de una de las primeras manis, «Desnudos contra la violencia», iba en serio, y no fue poca la expectación que levantó el séquito de manifestantes.

El 2 de julio, la cadena de televisión suiza de habla alemana DRS organizó una discusión acerca de la resistencia a la violencia estatal, en la que debían «dialogar» jóvenes con figuras destacadas locales. Los diez jóvenes invitados del movimiento aparecieron vestidos de carnaval y se limitaron a acciones perturbadoras no verbales: silbidos, abucheos, aplausos; los globos y pompas de jabón atravesaban flotando las pantallas de televisión. Las figuras destacadas tuvieron grandes dificultades para tomar la palabra, y el programa fue interrumpido antes de tiempo.

Unos días más tarde, la DRS hizo un nuevo intento de «diálogo con la juventud» como reacción ante «la actitud de guerra civil» adoptada por la policía municipal (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*). Se procedió a un nuevo encuentro entre el movimiento, representantes de las autoridades públicas y personalidades destacadas de la izquierda liberal. Entre los ilustres asistentes de la mesa redonda figuraban un concejal, una concejala, el comandante de la policía de Zúrich, el presidente de la socialdemocracia

La Alameda ...

del rey Fernando III el Santo (?) a la ciudad por su lealtad, y el equipo de diseño del Ayuntamiento la había escogido como imagen corporativa de la ciudad, colocándola absolutamente en todas partes: autobuses, alcantarillas, carteles oficiales, uniformes, etc. Evidentemente nos lo habían puesto a huevo, no había más que cambiar el NO por un SI y tendríamos SI&DO, es decir: «SI me ha dejaDO», sí me ha abandonado vaya... Ahora nos quedaba pendiente ver cómo hacíamos circular eso y cómo lográbamos hacerle abarcar cuantas cosas queríamos. Dimos con la solución más pegada al terreno posible, el soporte ideal

política autónoma y el de la intervención «artística». En realidad nunca los hemos diferenciado demasiado; hemos visto que investigar modos de intervenir en la ciudad siempre nos acababa metiendo en líos políticos, y que meternos en berenjenales políticos nos llevaba siempre a plantearnos el lenguaje que usábamos y los medios y todo eso. Eso ha significado, por ejemplo, que cada vez nos planteemos menos trabajos «artísticos» desvinculados de algún tipo de agente político capaz de sacarle partido a nuestro trabajo. Claro que hay quien dice: horror vais a perder la autonomía-del-artista. Pensamos que bregar por un medio político en que los objetivos y las agendas de acción no se coman las posibilidades creativas, y de reflexion, que suelen acompañarlas, es también en sí mismo un objetivo político, ¿os suena?

Con eso hemos ido explorando modos y sitios donde trabajar: hemos trabajado en los barrios en que vivimos, en coordinación con la Red de Colectivos de Lavapiés (⊙calle Desalojadores) , o con las gentes organizadas en fila Alameda , hemos tenido que ver con las movidas de los currantes del metro en Madrid, con asambleas de parados en Sevilla; con gente de México y su sureste se han trabajado materiales de foto, vídeo y demás...de alguna forma eso nos ha llevado a ir ampliando los niveles de coordinación mismos, y ahora estamos bien liados en campañas internacionales como las de Brutish Airways dentro de www.deportation-alliance.com.

Nos interesa muy mucho buscar modos de trabajo que, aparte de ampliar los modos de hacer política y articular y conectar al terreno los modos de hacer arte, generen dinámicas autónomas y autopropulsables en los sitios en que se trabaje, que el personal se organice y se monte sus fiambreras, o sus pelucas o lo que sea.

La Fiambrera Obrera como cualquier verdulería que se precie tiene su proyecto también en internet, habiendo entrado recientemente en el negocio de los video-juegos, con el Border-Game, un juego para internet en el que hasta 50 personas a un tiempo se cruzarán en los escenarios de algunas de las fronteras globales más duras (Tijuana, Estrecho de Gibraltar, de Otranto, el este de Alemania...); en el juego trataremos de poner en funcionamiento buena parte de los dispositivos que los poderosos ponen en acción para blindar las fronteras, y ello con información de primera mano, de las organizaciones sociales y políticas de apoyo a los migrantes sobre el terreno, sobre cada terreno.

En esa vinculación política, en el imaginable tono del juego y en su distribución táctica, a través de los canales de video-juegos habituales de internet, se encuentran algunas de las claves de nuestro trabajo.

En la web trabajamos con Sindominio. Ahi nos teneis en www.sindominio.net/fiambrera. ⊙

---

zuriquesa y el moderador. Con anterioridad al debate televisivo era dominante la opinión de que tanto la composición de la mesa como el cuestionario preparado por el programa empujarían a los representantes del movimiento a una posición defensiva. En vista del clima político general resultaría fácil atacar al movimiento. Esto llevó al movimiento a desarrollar una nueva táctica. Su dos «representantes» se presentaron durante el programa como el matrimonio Müller. Este «Müllern» (hacer el Müller) pasaría a la historia. «Hacer el Müller significa: dejar en evidencia al contrario en su propio papel, manifestando los prejuicios y deseos que no se atreve a decir. Hacer de Müller significa: disfrazarse para destapar al contrario. O también: hacer de pequeñoburgués».

Theus, Balz: «Spiel mit dem Feuer. Ein Jahr Jugendbewegung in Zürich». En: Haller, Michael (ed.): *Aussteigen oder rebellieren. Jugendliche gegen Staat und Gesellschaft*, Hamburgo, 1981, pp. 49-70, p. 53.

«El Señor y la Señora Müller» invirtieron sus roles: en tanto que pequeña burguesía estrecha de miras (la Señora Müller se presentó con rulos ante la cámara) exigieron medidas duras contra la juventud revoltosa. Con gran ímpetu desempeñaron el papel de «voz del pueblo» que los políticos, por lo general, creen tener tras de sí. Esto no funcionó sólo porque los atacados querían conservar su imagen de políticos ponderados, sino principalmente porque no supieron cómo comportarse ante este cambio de papeles imprevisto. «El Señor y la Señora Müller» fueron radicalizando sus posiciones conforme avanzaba el debate y, hacia el final, incluso exigieron la abolición sin más de la juventud. Los otros participantes en el debate intentaron continuamente reducirlos a su papel «originario» de jóvenes con inquietudes, pero Hans y Anna Müller desarrollaron un hábil estilo retórico y cambiaron con frecuencia sus posiciones en la discusión. De esta manera consiguieron escapar al «diálogo con la juventud» y mantener hasta el final la estrategia de la ⊙ *afirmación subversiva* y del ⊙ *distanciamiento:*

«Transcurso: al principio un tira y afloja acerca de los pormenores de las batallas callejeras. El concejal Frick subraya la ausencia de solicitud de autorización de las manifestaciones. Fünfschilling responde que los posibles solicitantes de la autorización se hubieran arriesgado a acabar en la cárcel. "Anna Müller" señala que la policía se había contenido demasiado. "Hans Müller" saca de sus bolsillos pelotas de goma y exige que la policía utilice pelotas más grandes para aumentar el peligro de causar heridas. Los "Müller" impiden hablar al comandante de policía Bertschi, que se propone leer una octavilla llamando a la violencia, interrumpiéndole con gritos de que ya es hora de hacer intervenir al ejército contra los jóvenes y de llevar al paredón a sus líderes. La concejala Lieberherr acaba por perder la paciencia y anuncia, con los ojos chispeantes de ira, que

---

La Alameda ...

para la comunicación política en estos tiempos: La mierda, efectivamente, era prueba «palpable» de que el barrio estaba abandonado, era todo un documento sobre cómo el abandono podía hacer que las gentes se sintieran desplazables, con ganas de que les dieran cuatro chavos por sus casas o sus contratos de alquiler, y se largaran.

La operación consistente en colocar las banderitas con el logo del ayuntamiento cambiado (sí me ha dejado) sobre las mierdas del abandono, constituía una clásica operación de conexión (mierda-palo-ayuntamiento; abandono-mentiras oficiales-especulacion). Vaya no hacía falta ser Umberto Eco para darse cuenta, y la gente del barrio se daba buena cuenta y se echaba buenas risas al respecto. Se hicieron varios centenares de banderitas y se distribuyeron por audaces comandos de fiambreras-en-bici que, muy sevillanos ellos y ellas, las arrojaban cual banderillas desde lo alto de su caballo-bici, ¡olee!

A todo esto se iba acercando la conferencia oficial y Sevilla se llenó de invitados oficiales... que contemplaban estupefactos las mierdas locales decoradas y calificadas. Las brigadas de limpieza que envió el Ayuntamiento se limitaron a quitar las banderitas. La prensa estaba al

La Alameda ...

nadie va a conseguir amargarle su tolerancia por los jóvenes. El moderador, Kriesemer, desde un principio apenas si logra pasar de un "No podrían ustedes..." o "¡un momento, un momento!" Sus palabras de conclusión se pierden en medio de la algarabía. Los representantes de la autoridad lanzan improperios, fuera de sí, y "Hans Müller", dándole chupadas a un puro inmenso, grita: "A eso sólo puedo responder: ¡Moscú!"...»

Los otros participantes de la mesa redonda se dieron cuenta, por supuesto, de que no eran tomados en serio, pero intentaron, con todo, continuar con una discusión seria. La táctica seguida por los «Müller» puso bajo presión de actuar a los demás. Creyeron tener que comportarse de alguna manera, pero no encontraron ninguna contraestrategia adecuada. Al parecer, la forma «discusión televisiva» y la interrupción de la discusión dos semanas antes no permitía un nuevo escándalo. La discusión comenzada tenía que proseguir hasta su amargo final. «La parte contraria, autoridades y representantes de la policía, reaccionó desorientada, al ver su propia posición elevada al extremo por los "Müller"».

Cit. según Jürgmeier, Howald Regula/Salzmann, Rolf/Scheucher, Peter: *Die Angst der Mächtigen vor der Autonomie. Aufgezeigt am Beispiel Zürich*, Horgen, 1981, pp. 62 s.

Eine Stadt in Bewegung. Materialien zu den Zürcher Unruhen. Editado por el Partido Socialdemócrata de Zúrich, Zúrich 1980, p. 65.

«Hacer el Müller» era la consecuencia de una posición de partida *a priori* mala. La superioridad del contrario forzó al movimiento a cambiar las reglas de juego. En una carta al diario *Tagesanzeiger*, un tal F. O. analizaba las trampas de esta situación: «El Gobierno exige a los jóvenes que se estructuren, es decir, que se integren en la estructura ya existente del Estado. Pero si hicieran esto, entonces los jóvenes perderían irremisiblemente. Es por eso que quieren su propia estructura. Eso es lo que demostró el programa de televisión "CH". En vez de mantenerse fieles a las reglas de discusión, con las que apenas si podrían haber salido adelante, optaron por unas propias y desconcertaron así no sólo a los espectadores, sino también a los demás participantes en la discusión. A éstos no les hizo ninguna gracia no ser ellos los que dominaran la situación, a pesar de tener la ley de su parte, sino que la dominaran los representantes del movimiento juvenil».

Los medios de comunicación suizos espumajeaban: «Lo que quedó claro, una vez más y esperemos que por última vez, para cualquiera que se quedara observando este monstruoso abuso, es lo siguiente: que el espíritu de los nuevos revolucionarios es el espíritu del escarnio y de una provocación destructiva». Esto por lo que se refiere al *Neue Züricher Zeitung*. El FAZ fue el que captó mejor las intenciones de los «Müller»: «El hecho de

Sieber, Markus/ Loggia, Patrizia/ Krampke, Thomas: *Züri brännt. Das Buch zum Film. Broschüre des Videoladen Zürich*, Zúrich, 1981, Gruppe Olten (ed.): *Die Zürcher Unruhen. Texte. Orte*. Verlage, s.f., p. 92, y *SpassGuerilla*, Münster, 1994 (Berlín, 1984), p. 84.

La Alameda .

acecho y preguntó a los vecinas sobre las banderitas. Mucha gente no tenía ni idea, pero se aprovechaba y ponía a caldo al ayuntamiento y su política en el barrio. La cosa iba bien. Por aquel entonces empezó el taller. La gente descubrió el origen y finalidad (?) de las banderitas, y además de pedirnos algunas para colocarlas, comenzaron a sugerir más puntos del barrio que debían ser señalizados y relacionados con la especulación. El caso es que se empezó a generalizar el uso del SI&DO y a identificarse con toda una posibilidad de recuperar la dignidad del barrio, al tiempo que se atacaba la especulación y al Ayuntamiento...

que el socialdemócrata Fünfschilling haya presentado una queja contra la administración municipal, por las intervenciones policiales repetidamente calificadas de demasiado duras, no le sirve de nada ante los Müller y aquellos que los han enviado a la televisión. A él y a Emilie Lieberherr, justamente, les toca pagar los platos rotos de unas manifestaciones que no rechazan un tipo de política, sino la política como negocio de los políticos sin más». Ciertamente, «el movimiento» declararía poco después: «Nosotros desvalorizamos los símbolos de lo considerado correcto, invirtiendo los rituales y ridiculizándolos» (*Tagesanzeiger*).

Tras la emisión del programa empezó una campaña de persecución contra «el Señor y la Señora Müller». El concejal participante en el programa, Frick, y el comandante de policía Bertschi se vengaron dando a conocer en los media los nombres auténticos de aquéllos. Los fascistas de Nationale Aktion exigieron la expulsión de la «terrorista verbal», nacida en Irak, y la retirada de la nacionalidad suiza a «Anna Müller». Su fama involuntaria reportó a la «Señora Müller» desde cartas de fans hasta amenazas de muerte. A raíz de esto, interpondría una denuncia contra el concejal y el comandante de policía como inspiradores de la campaña de acoso.

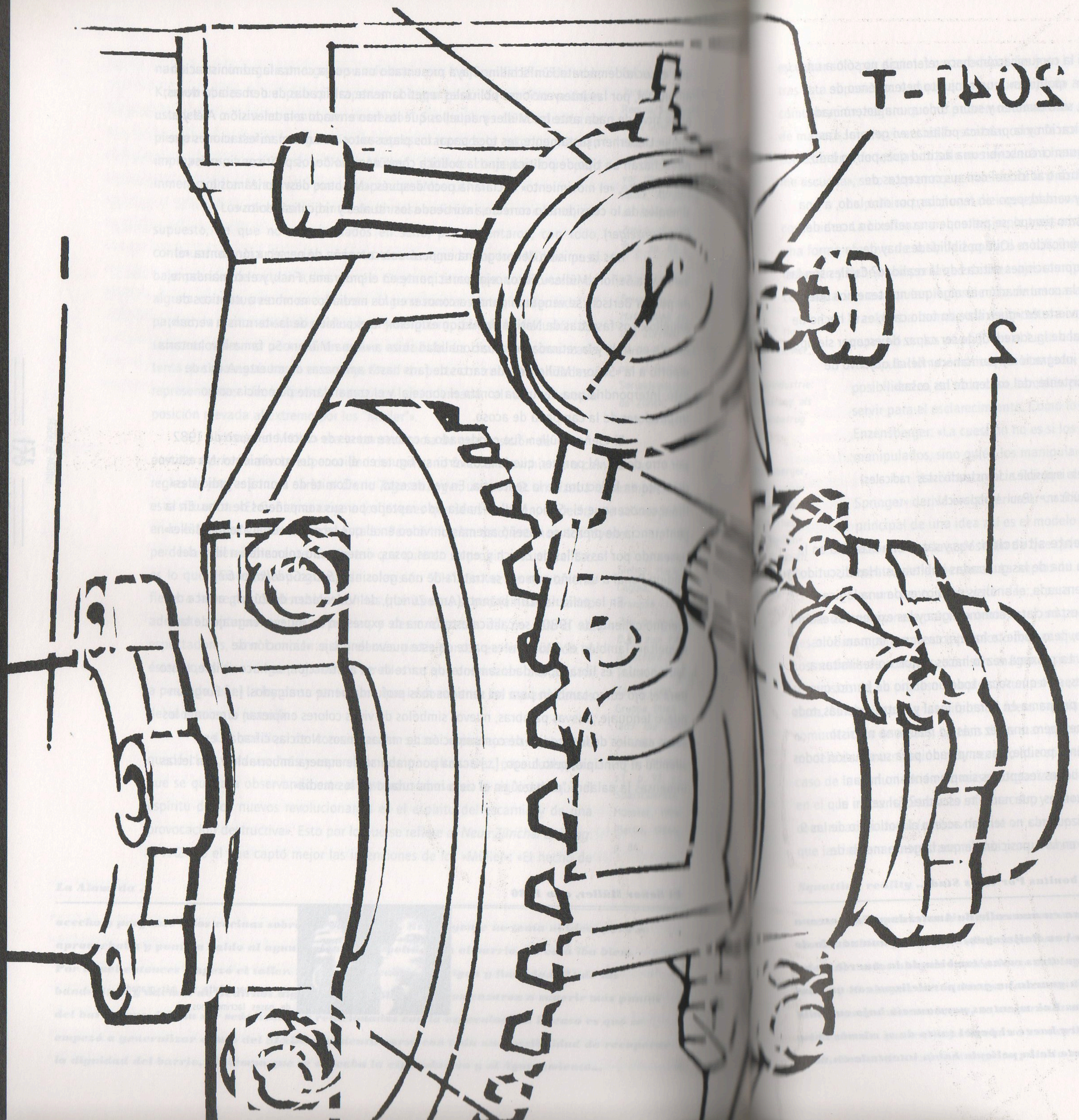
El «Señor Müller» fue condenado a catorce meses de cárcel en marzo de 1982 por otro delito. Al parecer, querían convertir su figura en el coco del movimiento. No estuvo presente en la lectura de la sentencia. En vez de esto, un «Comité de montajes judiciales» dio a conocer que el «Señor Müller» había sido raptado por sus compañeros de tribu. En la conferencia de prensa se enseñó además un vídeo en el que se podía ver al "Señor Müller» paseando por las calles de Zúrich y, entre otras cosas, «intentando colocarle un libro del Código Penal a un niño como si se tratara de una golosina» (*SpassGuerilla*, p. 67).

En la película «Züri brännt» (Arde Zúrich), del Videoladen de Zúrich, acerca del «verano caliente de 1980», se califica esta forma de expresión de «nuevo lenguaje de la revuelta». También el «Müllern» es parte de este nuevo lenguaje: «La noción de "autonomía" es librada, cuidadosamente, de parte de su abstracción, se hace vivible, tanto para el ojo como también para los sentidos más profundamente arraigados. [...] Surge un nuevo lenguaje, nuevas palabras, nuevos símbolos de vivos colores empiezan a recorrer los secos canales de los medios de comunicación de masas suizos. Noticias cifradas, en silencio al principio, pero luego, [...] acaba por grabarse de manera imborrable y con letras inmensas la palabra "rechazo" en el cielo inmaculado de los media».

El Señor Müller, año 1980



«Lo que hace falta son más granadas de gases lacrimógenos.»



¿Cuándo es guerrilla la comunicación?

¿Cuándo es guerrilla la comunicación?

El concepto de «guerrilla de la comunicación» hace referencia no sólo a una serie de grupos más o menos «políticos» o un conjunto heterogéneo de diferentes formas de acción, sino también y sobre todo a una determinada actitud respecto a la comunicación y la práctica políticas en general. Las siguientes reflexiones persiguen circunscribir una actitud que, por un lado, escapa a la lógica de la política tradicional con sus conceptos de esclarecimiento, convicción y verdad; pero sin renunciar, por otro lado, a una crítica de lo existente. Al mismo tiempo, se pretende una reflexión acera del contexto social de la guerrilla de la comunicación. ¿Qué posibilidades hay de «desencadenar» o, al menos, sugerir interpretaciones críticas de la realidad? Cuáles son las posibilidades y límites de la guerrilla de la comunicación es algo que nos tenemos que cuestionar continuamente. Lo que la convierte en «guerrilla», en todo caso, es el hecho de mostrar el camino para una crítica radical de la sociedad; de ser capaz de escapar siempre a las múltiples y variadas estrategias de integración y permanecer fiel al objetivo de sobrepasar el horizonte de la realidad existente, del «orden de las cosas».

¿Por qué nadie me escucha? (o ¿cómo funciona la guerrilla de la comunicación?)

«La comunicación es imposible.» (constructivistas radicales)
«No se puede comunicar.» (Paul Watzlawick)

Quién no conoce la siguiente situación: Vas y sacas una octavilla en la que llamas a participar contra una de las guarradas habituales. Has discutido su contenido de manera consensuada, el análisis político es de una lógica irrefutable, las consecuencias están claras como el agua y las exigencias están formuladas de manera concisa, pero nadie te hace ni caso: por la mani sólo aparece la peña de izquierdas de siempre. La próxima vez lo haces mejor: no te limitas a repartir octavillas en los lugares habituales, sino que sacas todo un diario de barrio, que haces llegar a todas las vecinas, haces un programa en la radio local y metes, además, todo el material en alguna homepage de internet, pero una vez más no reacciona ni cristo. Has formulado tu mensaje lo más claramente posible, has empleado para su difusión todos los medios a tu alcance y tampoco crees que los receptores simplemente no hayan entendido tu mensaje. ¿A qué se debe, entonces, que nadie te escuche? Tal vez ni al mensaje ni al hecho de que los grupos de izquierda no tengan acceso al noticiario de las 9 de la noche. Tal vez el problema estribe ya en la suposición de que la gente me ha de

Squatting reality: las películas de okupas son más bonitas Por Kees Stad

En 1995, se quería filmar el desalojo de una casa en una calle de Amsterdam. Esta escena había de incorporarse a una película de Matthijs van Heijningen, basada en una novela de A. F. Th. van der Heyden. En el libro se habla, entre otras cosas, también de la muerte de un okupa en el Amsterdam de los 80. La narración guarda un gran paralelismo con un caso real de muerte: en 1985, murió el okupa Hans Kok mientras permanecía bajo custodia policial. 250 policías habían sido contratados para hacer el papel tanto de sí mismos como de okupas. Según algunos rumores, la gente de la película había intentado en vano

escuchar sólo por decir las cosas adecuadas y en la idea de comunicación que se esconde tras esta suposición. Aunque echemos una ojeada a los diferentes modelos de comunicación, seguro que no podremos desarrollar una estrategia que nos permita evitar de manera segura vivencias frustrantes como la antes mencionada; pero la confrontación con este tipo de teorías no sólo nos ayudará a hacernos una idea clara de por qué «nadie me escucha», sino a un enriquecimiento de la práctica política.

La política tradicional de izquierdas confía sobre todo en la fuerza de los contenidos. La confianza en que la simple transmisión de estos contenidos representa ya una forma efectiva de actividad política es difícil de rebatir. Los contenidos de izquierda deberían y deben romper la red de mensajes manipuladores, con los que los medios de comunicación manipulan la conciencia de las masas. La crítica elaborada por la Escuela de Frankfurt a la industria de la cultura como industria de la conciencia se convirtió en los años 60 en el lugar común de las posibilidades de la manipulación mediática. Por otro lado, surgió asimismo la idea de que estas posibilidades, en todo caso, también podían ser reversibles en el sentido de servir para el esclarecimiento. Como lo formuló en su día hábilmente H. M. Enzensberger: «La cuestión no es si los medios de comunicación están manipulados, sino quién los manipula».

Adorno, Theodor W./Horkheimer, Max: *Kulturindustrie: Aufklärung als Massenbetrug* (1944).

Enzensberger, Hans-Magnus: «Baukasten zu einer Theorie der Medien». En: *Kursbuch*, nº 20, 1970, pp. 159-186.

La consecuencia fue que el apoyo a la campaña «Expropiemos a Springer» derivó en querer crear un *Bild-Zeitung* de izquierdas. El problema principal de una idea así es el modelo reducido de comunicación que se esconde tras la suposición de que quien posea los emisores podrá controlar las mentes de las personas. La implosión del socialismo burocrático ha convertido en un cuento chino esta idea: a pesar de que los burócratas controlaban los media de una manera prácticamente total, no pudieron impedir que las personas desarrollaran pensamientos propios o formas divergentes de leer las noticias transmitidas. Los modelos de comunicación son imágenes siempre reducidas y con frecuencia muy tecnicistas de un proceso complejo. Aun así pueden ser útiles para formular de manera más clara los requisitos de las diferentes ideas en relación a la comunicación y a la comunicación de masas. La tesis de la manipulación antes mencionada corresponde a un modelo de comunicación muy sencillo que sólo tiene en consideración al «emisor» –en el caso de la comunicación de masas, organizado de manera central e industrial–, el «canal», en el que es transportada la información, y sus «receptores», es decir, una cadena de comunicación lineal (emisor/fuente >– canal –< receptor). Este modelo da por probado que las informaciones transmitidas por un emisor no sólo llegan vía canal hasta el receptor,

Squatting reality …

encontrar a punks auténticos en una casa antes ocupada, la «Vrankrijk», porque los policías no les habían parecido suficientemente feos. Un equipo de seguridad debía mantener alejados a los okupas «auténticos» del lugar de rodaje. Cuando todo estaba a punto para rodar, 40 okupas auténticos se lanzaron hacia el lugar y ocuparon el edificio. A pesar de las numerosas exhortaciones, se negaron a abandonar el lugar de rodaje y protestaron contra el hecho de que en la película no se explicaran las verdaderas causas de la muerte de Hans Kok. Una mujer expresó a grito pelado su decepción acerca de la poca autenticidad de la

sino que además son interpretadas en el sentido pretendido por el emisor. En consecuencia, se conseguiría cambiar la conciencia con sólo cambiar los programas de televisión, el contenido verídico de la publicidad o el grado de exactitud de las noticias de los diarios. Pero incluso quien controla completamente la forma y el contenido de un mensaje no necesariamente puede influenciar la conciencia de su receptor en una dirección determinada. Al fin y al cabo, el receptor posee un grado (restante) de libertad suficiente como para poder leer un mensaje de manera diferente a la prevista por el emisor. Y está bien que esto sea así.

Umberto Eco describe este estado de cosas como el principio de la variabilidad de interpretación: el mundo de la comunicación (de masas) está lleno de interpretaciones opuestas y divergentes. Tomemos, por ejemplo, un reportaje sobre enfrentamientos militantes durante una manifestación: imágenes de policías golpeando a manifestantes y a paseantes reflejadas en la pantalla. Aun cuando dichas imágenes sean comentadas en un sentido esclarecedor y crítico con la policía, no necesariamente le sugieren al espectador la asociación «mierda de policía». Resulta igualmente posible una lectura divergente: «se lo tienen bien merecido esa pandilla de vagos». La lectura que se elija, favorable o desfavorable, depende de diferentes factores en el receptor. El emisor puede, como mucho, intentar sugerir una determinada lectura preferida de las informaciones transmitidas, pero en última instancia (por suerte) no tiene posibilidades de imponerla de manera segura. Y éste es un problema que se le plantea a todos los emisores por igual. Si la izquierda quiere propagar contenidos emancipatorios por vía de los medios de comunicación (de masas), se tendrá que enfrentar también a las mismas dificultades que cualquier otro emisor en el sistema de la comunicación de masas.

Eco, Umberto: *Per una guerriglia semiologica*. En: Eco: *Il costume di casa*, Milán, Bompiani.

El mensaje transmitido siempre se ve (co)determinado por la manera en la que son interpretadas las informaciones. Esta ambivalencia afecta en menor medida a la comunicación directa y recíproca porque resulta posible realizar preguntas: el receptor de las informaciones puede comprobar si las entiende tal como quiere el emisor. Pero ni siquiera esto es un remedio contra todo tipo de malentendidos, como todo el mundo sabe por su experiencia cotidiana.

En la comunicación de masas la ambivalencia es omnipresente: Eco llega incluso a calificar el fenómeno de la variabilidad de interpretación como su principio fundamental. Aun cuando las informaciones son enviadas por una fuente central, lo cierto es que son recibidas por personas que se encuentran en situaciones muy diferentes y que interpretan las informaciones transmitidas de maneras muy diferentes. La forma en que se

Squatting reality ...

película: «... ¡y ni siquiera se parece a la casa ocupada de 1985!» Aplazar el rodaje habría costado miles de florines. Los productores, por lo tanto, sólo tenían dos posibilidades: o pedir a la policía que sacase a los manifestantes a golpes del edificio, arruinando de paso el lugar de rodaje y dándole de entrada a la película una publicidad bastante nefasta; o negociar. Durante las negociaciones, se fueron cruzando policías auténticos y ficticios, actores okupas y okupas auténticos, equipos de televisión de diferentes noticiarios y cámaras del equipo de rodaje, de tal manera que al final nadie sabía ya qué era verdad y

atribuyen significados a las informaciones transmitidas es lo que nosotros denominamos «código» (semiológico). Es la interacción entre el receptor de un mensaje, la situación y el código correspondiente la que determina cómo será leído el mensaje. La variabilidad de interpretación es el resultado del hecho que siempre se pueden emplear diferentes códigos para interpretar un mensaje determinado. Eco ilustra este proceso complejo por medio del ejemplo de un empleado de banca milanés al que el anuncio de una nevera le puede provocar el deseo de comprarla. A un campesino calabrés en paro este anuncio le puede hacer ver hasta qué punto está excluido del mundo del bienestar e inspirarle, por lo tanto, una crítica a su situación social. Es por eso que la publicidad televisiva, en determinadas constelaciones sociales, puede tener el efecto de un mensaje revolucionario. Lo decisivo para la elección del código es el marco en el que tiene lugar la interpretación. Una misma información, en dos contextos diferentes (empleado de banca milanés o campesino calabrés en paro), puede ser interpretada según códigos diferentes y recibir significados muy dispares.

Si nos basamos en tal modelo de comunicación, entonces los mensajes transmitidos a través de medios de comunicación de masas son, por principio, abiertos e interpretables. El programa prefabricado de manera industrial y transmitido por el emisor a través de un media no obtiene su significado completo hasta que no es «leído» y se ha procedido a elegir entre las muchas interpretaciones posibles. Es la usufructuaria la que hace de él un hecho social relevante. No sólo los mensajes de los mass-media son ambiguos (polisémicos) en este sentido, sino que lo mismo se puede decir de manera menos acentuada de la comunicación recíproca directa.

La interpretación de los consumidores de los media depende de muchos factores. Los puntos de vista y modos de interpretar se ven influenciados por las diferentes historias y experiencias personales, las estructuras de relaciones sociales y las situaciones socioeconómicas. Desde esta perspectiva, la consumidora de los media no es simplemente un «individuo libre». Podemos empezar a hablar a partir de ahora, en su lugar, de «sujetos», incluyendo en este concepto las influencias sociales y culturales. «En el concepto de sujeto no sólo se piensa su diferencia respecto al otro u otros, como en el concepto de individuo, sino también su conformación social y cultural, su carácter frágil y contradictorio —producto de las diferentes agencias sociales— y la estructura discursiva, dependiente de la perspectiva, de su actuación y experimentación». Un sujeto así entendido resulta «fragmentario», puesto que las experiencias vividas, en circunstancias sociales diferentes, por la persona que se encuentra tras el

Fiske, John: *Television Culture*, Londres/Nueva York, 1987.

Krotz, Friedrich: «Kommunikation als Teilhabe. Der "Cultural Studies Approach"». En: *Rundfunk und Fernsehen 40*, 1992, nº 3, pp. 412-431, p. 424.

Squatting reality ...

qué ficción. En una situación en la que no había posibilidades de reacción adecuadas para los sujetos de la compañía cinematográfica, los okupas tenían la oportunidad de oponer la realidad de su protesta contra su comercialización mediática. Casi sin quererlo, habían conseguido darle la vuelta no sólo a la realidad cinematográfica, sino también a la realidad de la producción de películas, de la actividad militante y de la fabricación de noticias. Pero en vez de llevar hasta el final el juego del encuentro alegre entre polis, okupas y media reales y ficticios, exigieron que se incluyera «más realidad» en la película. Después de que

mismo son contradictorias. Contradictoria es también la manera como las personas afrontan estas experiencias, las interpretan y las clasifican en sistemas de significación. Es por eso que una y la misma persona puede interpretar el mismo hecho de manera diferente: la interpretación también se ve codeterminada por la situación de comunicación momentánea (lugar, momento, marco social). Los cambios de las situaciones de comunicación pueden, por lo tanto, cambiar la interpretación de un hecho y, en su caso, convertirla en su contrario.

De la relación de tensión entre la información transmitida, experiencias anteriores y el modo de interpretación aplicado a una situación dada (código) surge, en el curso de la reecepción de informaciones comunicadas mediáticamente, el «texto» construido subjetivamente. Las recepción contiene un proceso de construcción de significación que vuelve a ser renegociado cada vez en una situación dada entre la información mediática y la receptora posicionada socialmente. Sin embargo, las interpretaciones de la receptora no son completamente libres. Lo normal es que se dé preferencia a determinadas interpretaciones que resulten socialmente más o menos cercanas y que, por lo tanto, se consideren «normales». De esta manera se reproduce, al mismo tiempo, esta «normalidad» como una cinta sin fin muy difícil de romper.

Por otro lado, a los sujetos también les resulta posible realizar tipos de lectura divergentes o «disidentes» de una información recibida. Sobre la base del principio funcional de la comprensión, en el marco de la comunicación de masas y de la variabilidad de interpretación, Eco también se ocupa de las interpretaciones erróneas o «malentendidos», que en la sociología de masas son tratadas, de ordinario, como déficit competencial, pero que son entendidas por él como el resultado de tácticas sociales empleadas conscientemente. El código del emisor se ve confrontado con una «descodificación discordante». Se perfila «la posibilidad de una táctica de descodificación, donde el mensaje permanece invariable en tanto que forma significante». Esto significa que someter un mensaje a interpretaciones muy diferentes, comentarlo y discutirlo para, finalmente, «darle la vuelta al significado de este mensaje» (Eco 1985ª, p. 154) es el fundamento de toda tergiversación y cambio de sentido. Pero entonces la cuestión realmente interesante es, desde nuestro punto de vista, cómo en un proceso de comunicación pueden producirse condiciones en las que resulten importantes construcciones de significación discordantes respecto a la normalidad.

Eco, Umberto: *La estructura ausente*, Barcelona, 1999.

En 1848, por ejemplo, la protesta campesina en buena parte de Europa descodificó las clásicas reivindicaciones burguesas en su propio favor. La noticia de la retirada de la Ley de prensa y de la llegada de la libertad de prensa la descifraron nada

Squatting reality ...

el director prometiera añadir la proyección de un texto acerca de la muerte de Hans Kok al final de la película, aquéllos se fueron satisfechos. ¿Qué hubiera ocurrido, sin embargo, si los okupas hubieran aguantado la presión resultante de la confrontación de varias realidades a la vez en ese momento? ¿Qué, si los polis «auténticos» hubieran tenido que sacar de verdad a golpes a los okupas «auténticos» para que los polis y okupas de película hubieran podido proseguir su producción de realidad de película, y todo eso delante de las cámaras de los periodistas de los noticiarios? Jean Baudrillard hubiera palidecido de

Burrough's
CUT UPS
El lenguaje es un virus del universo

La base de la teoría de los cut-ups de William S. Burroughs es entender el lenguaje como un virus. Puesto que esta teoría no ha sido refutada hasta el momento, puede ser tan verdadera como cualquier otra afirmación. Por lo general, los cut-ups sólo se consideran en relación a su obra literaria, pero las intenciones de Burroughs iban mucho más allá. Él no sólo los aplicaba a sus novelas, sino que también experimentó, con una determinada técnica de corte, cómo se puede conseguir manipular el entorno para poder activar los diferentes «virus lingüísticos» que se encuentran presentes, de manera latente, por medio de grabaciones.

Burroughs describe con exactitud métodos de ensayo con tres grabadoras que posibilitan pruebas de efectividad de las técnicas. G-1, el primer aparato, «es el organismo de acogida potencial de un virus de la gripe. G-2 es el mecanismo con cuya ayuda el virus se introduce en el organismo de acogida, [...] G-3 es el efecto que el virus provoca en el organismo de acogida». Como grupo objetivo de aplicación él menciona a personas como, por ejemplo, un contrincante político, para el cual el proceder siguiente significaría su anulación política: la grabadora 1 muestra sus discursos y conversaciones privadas (en todo caso tienen que ser en vivo y no de la televisión o radio), a los que se añadirán cortes de balbuceos, lapsus lingüísticos y formulaciones poco conseguidas. En la

Burroughs. William S.: *La rivoluzione elettronica*, Milán, 1978. Cfr. tamb. Burroughs, «Brion Gysin and Throbbing Gristle». *Re/Search*, nº 4/5, San Francisco, 1982.

menos que como el final de «toda presión y extorsión por tasas señoriales». Habían traducido valores centrales clave del sistema político liberal-burgués al plano material y los habían liberado de su contexto ideológico. Cosificados de esta manera, cobraban una importancia tangible inmediata. La esperanza de la ausencia de presiones se vio completada por ideas de libertad que, finalmente, desembocaron en revueltas rurales: «Es la libertad de presionar y ejercer la fuerza sobre quienes hasta ahora lo hicieron con nosotros». De sus consideraciones acerca de la variabilidad de interpretación, Eco concluye que no necesariamente resulta adecuado aspirar a una intervención lo más completa posible sobre los «emisores» de la comunicación de masas. Rechaza una estrategia que, tomada al pie de la letra, estuviese dirigida antes que nada a ocupar los sillones de los jefes de televisión (o bien, más realistamente, a la creación de medios de comunicación de masas propios). Tras esta posición se esconde la idea de que sería suficiente con conseguir el control sobre dos fases de la cadena de comunicación: la fuente y el canal. De esta manera, desde luego —en caso de ser acertada la concepción de comunicación antes esbozada—, lo que se consigue controlar no es el mensaje, sino en todo caso su forma vacía que luego el receptor se encarga de llenar de sentido.

Cit. seg. Wirtz, Rainer: *«Widersetzlichkeiten, Excesse, Crawalle, Tumulte und Skandale.» Soziale Bewegung und gewalthafter sozialer Protest in Baden 1815-1848*, Frankfurt/M./Berlín/Viena, 1981, pp. 182 ss.

Squatting reality .

envidia ante esta visión de la realidad como hipertexto. Aun así, la acción fue objeto de la atención de los noticiarios de las ocho, ese mismo día, como en los buenos viejos tiempos, sólo que esta vez el motivo de las impactantes imágenes del desalojo no era una ocupación sino un largometraje. La realidad tampoco es ya lo que era en otros tiempos.

grabadora 2 se captan sus sonidos sexuales, a ser posible con un partenaire sexual mal visto, como por ejemplo su hija menor de edad; y en la grabadora 3 se recogen voces llenas de odio. Se hacen trizas las cintas, se vuelven a juntar sin orden alguno en 24 cortes por segundo y se hacen sonar a una distancia audible por el político. El resultado sería —según Burroughs— su completo hundimiento.

Burroughs afirma, para más inri, que este método le es familiar a la CIA, puesto que ésta sería la única explicación de por qué en relación con el escándalo Watergate se encontraron tantas grabaciones privadas de personas observadas. Él mismo probó el efecto demoledor de los cut-ups ante una cafetería, en la que se le había servido pastel de queso enmohecido, y encontró los resultados muy convincentes. También describe cómo se puede provocar una escalada violenta de una manifestación callejera con que sólo un grupo de personas lleve consigo una cinta adecuada; cómo se pueden provocar accidentes y toda clase de sucesos. El instrumento de manipulación más importante para Burroughs en este contexto es el SEXO. Él imagina los excesos desenfrenados que se podrían provocar con los cortes juntados de varias cintas con muy diversos sonidos sexuales: «parques llenos de personas desnudas desquiciadas que cagan, mean, eyaculan y gritan. Así podría actuar un virus malévolo que desconecte todos los autocontroles, y que al final significaría agotamiento, convulsiones y muerte». Ámbitos posibles de aplicación de los cut-ups de todo tipo son, entre otros, la difusión de rumores, el descrédito de oponentes políticos y el scramble (despedazamiento) y desactivación de líneas asociativas de los medios de comunicación de masas. Las diferentes técnicas de collage auditivo, corte, sobreproyección y distorsión eran para Burroughs posibilidades de ejercer el control sobre personas poco apreciadas y de tornar inofensivos a los contrarios políticos (○ collage y montaje). En tanto que antiguo miembro de la cienciología conocía muy bien las técnicas de manipulación, y no se puede descartar que también se valiera de éstas para el desarrollo de las técnicas de cut-ups.

Köhler, Michael /Weissner, Carl (ed.): *Burroughs. Eine Biographie*, Berlín, 1994., p. 77.

En todo caso, no es ninguna casualidad que sus ideas acerca de las posibilidades de aplicación subversiva o destructiva de los media surgieran en un tiempo en que la idea de semejantes efectos mediáticas provocaba discusiones airadas. Así, por ejemplo, en los EEUU se permitió durante poco tiempo —y luego se prohibió— la emisión en televisión de cortes de publicidad de una décima de segundo. Tanto esto como las tesis de Marshall McLuhan provocaron discusiones sobre los efectos inconscientes de los media. Desde aquel entonces, la idea de que los media irían cargados de «subliminal seductions» (seducciones subliminales) es uno de los mitos más difundidos de la cultura urbana.

Tal vez sea este mito moderno de la influencia inconsciente lo más importante de las ideas de Burroughs, más importante que la cuestión de si el concepto del lenguaje como virus es una deconstrucción simpática o sólo una

En vista de los problemas de la variabilidad de interpretación, lo adecuado sería intervenir no en el emisor, sino en las receptoras de los mensajes de los medios de comunicación de masas. De importancia capital, en este caso, sería provocar en el máximo posible de receptoras, en el momento de llegada del mensaje, una confrontación de su código de recepción con el del emisor, para que afloraran lecturas discrepantes. En este sentido, un grupo político estaría en condiciones de modificar el contenido de un mensaje, si lograra intervenir con sus medios en el lugar de los hechos: «De lo que se trata es de ocupar en todo el mundo el primer lugar ante todo aparato de televisión...» (Eco). Lo que Eco no nos confiesa, sin embargo, es cómo llevar a cabo algo así, por lo que el concepto de «guerrilla semiológica» por él formulado queda muy poco definido (¿Permanecer junto a la televisión como nuevo principio de la subversión? Pues vaya. ¡Y encima en todas partes al mismo tiempo!).

Pero la concepción de Eco es en sí misma problemática (o, como mínimo, la manera de formularla). Cuando pide «controlar el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación» en vez de las informaciones enviadas, entonces se plantea la cuestión de qué es lo que puede resultar deseable en todo esto. Eco no acaba de decidirse si lo que prima es esa lógica educadora que, por medio de la intervención de terceros, acerca el modo de interpretación «crítico» y «correcto» a los corderitos, o si de lo que se trata es de que los propios destinatarios de ofertas mediáticas sean puestos en condiciones de «controlar el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación». Esta lectura parece derivarse de formulaciones como la siguiente: con la comunicación de masas habría «cambiado la manera como se le enseña [a la consumidora de los media] a ser libre y consciente». Leída así, la «guerrilla semiológica» de Eco no sería más que una concepción elaborada de manipulación o «educación». No se trataría ya sólo de propagar «noticias correctas», sino de provocar «interpretaciones correctas». Pero de esta manera lo único que se conseguiría es duplicar ese proceder instrumental con la comunicación, de objetivos hegemónicos, que se expresa en la idea de control subyacente con diferente intensidad en las formulaciones de Eco.

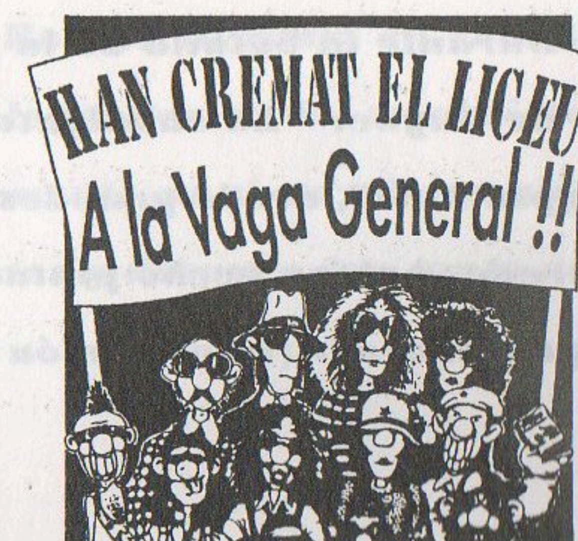
Eco, Umberto: «Die Multiplizierung der Medien». In: Eco: *Über Gott und die Welt*, Múnich, 1985, pp. 157-162, p. 160.

Aun así, las consideraciones de Eco nos llevan a reflexionar en una dirección que posiblemente nos permita desarrollar una noción de comunicación política que supere esta actitud instrumental y educadora-manipuladora. Darle la vuelta a Eco no significa querer controlar las posibilidades de interpretación, sino crear situaciones de comunicación que puedan desatar lecturas discrepantes o divergentes de informaciones o situaciones.

La idea de situación comunicativa nos remite a unas circunstancias, según las cuales no se

La guerra de los mundos

Nueva York, 30-10-1938: Orson Welles escenifica en la emisora de radio CBS un guión radiofónico basado en el clásico de la ciencia ficción «La guerra de los mundos». Los marcianos aterrizan en la tierra, matan a cientos de personas y conquistan América. En lugar de las formas habituales de narración, Welles escoge la retransmisión en directo y va introduciendo cortes con la últimas novedades entre música e información del tiempo, lo que provoca un estallido de histeria colectiva: miles de personas abandonaron las ciudades; pasados algunos días aún se podía encontrar gente atemorizada escondida en bosques y estaciones de metro.



«Han quemado el Liceo ¡¡A la huelga general!!»

caca de vaca biologicista (aun cuando los virus aporten otro mito poderoso al juego), y también más importante que la cuestión de si son ciertas las teorías de Burroughs sobre la manipulación de la CIA. Este mito tiene que ver con experiencias cotidianas, pues es cierto que se pone música de fondo sedante con ritmo cardíaco para estimular a los compradores.

Aunque las ideas psicodélico-alucinantes de Burroughs acerca de los efectos de los cut-ups, a primera vista, parecen tener sólo valor literario, el poder manipulador de los sonidos ha sido tomado cada vez más en serio, estudiado y empleado desde la «revolución electrónica». Estas ideas también han alimentado la fantasía literaria y fílmica: en «La naranja mecánica», de Stanley Kubrik, la música de Beethoven actúa de afrodisíaco en el joven violento Álex; después de una «desprogramación» en la cárcel, la misma música le provoca convulsiones y náuseas, hasta que al final vuelve a ser «reprogramado». En la película «Decoder» (1984), de Klaus Maeck, en la que participa el propio Burroughs como estrella invitada, se nos muestra un mundo ficticio donde todos los sonidos son controlados por el sistema. El protagonista principal, «F. M.», experimenta allí con la música de un restaurante de Hamburgo y monta una cinta cuyos ruidos provocan el pánico a todos los que entran en contacto con él. A principios de los noventa existió en Italia una revista con ese nombre.

Son muchas las personas que se interesaron por conceptos comunicativos subversivos y quedaron fascinadas por las ideas de los cut-ups. Los trabajos de Burroughs con grabadoras encontraron eco sobre todo en guerrilleras de la comunicación y de los media en los EEUU. Aun cuando no se probaron las complicadas y más que cuestionables técnicas de corte, en muchas manifestaciones militantes se pusieron cintas con ruidos y lemas; los ⊙ *yippies* ya aplicaron esta técnica a finales de los 60. En Berlín, con ocasión de la manifestación anti-Reagan en 1982, hubo cientos de cassetes en acción, que en un momento acordado se encendieron a la vez para hacer sonar ruidos de guerra, de helicópteros y de tiros mezclados con gritos en contra de Reagan. Y también en el futuro las guerrilleras de la comunicación continuarán jugando con el mito moderno de la manipulación subyacente: funciona —de alguna manera. ⊙

Dery, Mark: *Culture Jamming*, Westfield, 1993.

puede separar el contenido de la comunicación del proceso social y deslindarlo del mismo. En un proceso de comunicación siempre se transportan mensajes a diferentes niveles. Marshall McLuhan ha dado la vuelta a la idea de que sólo el contenido clarificador de las informaciones comunicadas mediáticamente determina el mensaje, para afirmar: «The medium is the message» (el medio es el mensaje). Tomada literalmente, esta afirmación significa que da lo mismo lo que se trasmita. Pero aunque así tomada pueda ser objeto de crítica, lo que no se puede poner en duda es que el medio resulta esencial como parte de la situación de comunicación. Consideremos, por ejemplo, la cuestión de en qué sentido un medio como la televisión actúa como garantía de dominio, y veremos que resulta evidente que, en este caso, la forma del medio (todos sentados ante la caja tonta consumiendo pasivamente imágenes e informaciones) puede ser tan importante como los contenidos transmitidos.

Es por esto que ha habido (y hay) numerosos intentos de lograr una modificación de la situación de comunicación al nivel del medio, introduciendo elementos recíprocos en la comunicación mediática de masas. Ya en 1932, Brecht había abogado por que se hiciera de la radio, como mero aparato de distribución, un aparato de comunicación verdadero, con la posibilidad de que «al público no sólo se le pudiera enseñar, sino que también él tuviera que enseñar algo». Numerosas radios alternativas y otros medios han intentado proporcionar a las consumidoras posibilidades activas de intervención. En algunos casos, como en el de ⊙ *Radio Alice*, se desarrolló a partir de aquí una concepción compleja, con el fin de promover formas de intervención y de interpretación discrepantes respecto a la normalidad; y de desarticular, al mismo tiempo, las lecturas «oficiales» de informaciones de mass-media. Sin embargo, en los medios de comunicación clásicos, como la radio, una práctica así se enfrenta a limitaciones, condicionadas por la estructura del medio que no permite la reciprocidad absoluta. Los nuevos medios de comunicación interactiva (internet, comunicación en red) permiten, seguramente, posibilidades más amplias para crear situaciones de comunicación de nuevo tipo.

Brecht, Bertolt: «Der Rundfunk als Kommunikations-apparat. Rede über die Funktion des Rundfunks». En: Brecht, Bertolt: *Über Kunst und Politik*, Frankfurt a. M., 1971 (1932), pp. 19-24.

La situación de comunicación también es esencial, por lo que se refiere a si y cómo es transmitido un mensaje, para otras formas de comunicación además de la mediática. Un ejemplo podría ser una arenga política, cuando una persona se pone con un micrófono ante un grupo de personas, esperando silencio y atención para llenar el lugar o espacio con su voz. Si entonces nadie le presta atención, puede deberse también en parte a las circunstancias del mitin y, posiblemente, a la jerga o lenguaje político especializado

Los alborotadores ponen música de Wagner

El diario Bild-Zeitung escribía: «Durante la batalla de la plaza de Nollendorf, los violentos hicieron sonar la pieza de Wagner "La cabalgata de las walkirias", de la película antimilitarista "Apocalypse Now", desde grandes altavoces situados en un edificio colindante ocupado. En las paredes habían hecho pintadas incitando a la violencia como "Kill Reagan now" [mata a Reagan ahora]» (información con ocasión de la visitia a Berlín del presidente norteamericano Ronald Reagan, en 1982). Esta «batalla» es uno de los enfrentamientos militantes más legendarios del movimiento antimilitarista y del mundo okupa de Berlín. Independientemente de si sucedió realmente así o no, el trasfondo musical pocas veces se había elegido antes y después con tanto acierto.

Los alborotadores ponen música de Wagner .

empleado. Con sólo enjuiciar la forma estética(-lingüística) de expresión (p.e., nociones como «imperialismo»), muchas personas establecen determinadas presunciones sobre lo dicho. Y aun en el caso de que se escuche, dependerá de otros factores de la situación de comunicación el que haya una predisposición a mantenerse abierto a los mensajes del emisor (en este caso: orador).

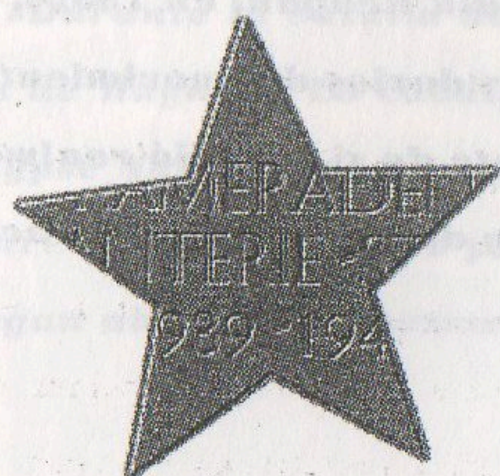
El concepto de guerrilla de la comunicación no tiene por finalidad «empaquetar» mejor los mensajes que queremos hacer llegar a las personas, en el sentido de una estrategia de publicidad, para así ser escuchados de una vez. A lo que se pretende llegar es a que, por principio, haya muchas posibilidades de interpretación a disposición de todos los sujetos. Las interpretaciones críticas y disidentes de acontecimientos y hechos surgen del «entendimiento cotidiano» (Gramsci) y no necesitan ser enseñadas. En muchas situaciones (por un interés propio bien entendido, para evitarse jaleos o por lo que sea), sin embargo, sólo se emplean aquellos modelos de interpretación «normales», casi naturalizados. Estos modelos de interpretación «normales» son aquellos que reproducen y afirman las estructuras de poder y, por lo tanto, de dominio. Una posible estrategia de comunicación podría consistir en crear situaciones localmente limitadas que ayudasen a activar perspectivas discrepantes. En este sentido, ya resulta subversivo perturbar los modelos de interpretación «normales». Para ello no se necesita ninguna teoría abstracta de lo que sucede en una situación de comunicación. Es suficiente con una «teoría ordinaria», es decir, conocimientos sobre lo que es «normal» y lo que no. Y esto está a disposición de todo el mundo.

Para nosotros hay dos propósitos de la política emancipatoria que continúan siendo preponderantes: la deconstrucción de los códigos dominantes y la difusión de códigos alternativos o emancipatorios propios. Para lo primero, lo que hacemos es apropiarnos de los códigos de la «gramática cultural» hegemónica, con el propósito de perturbarla, confundirla y desplazarla. Lo que está claro, naturalmente, es que este tipo de «perturbaciones» no pueden actuar en el sentido de una estrategia manipuladora, sino que sólo crean situaciones abiertas. Lo que resultará de éstas, lo que hagan los participantes con esta situación no puede ser predeterminado con precisión. Que nos gusten o no las lecturas que entonces puedan desarrollar las personas es algo que debe quedar abierto. Al mismo tiempo, deberíamos tener siempre presente que sólo estaremos en condiciones de hacer resplandecer, como mínimo, la utopía de otra vida, si no malentendemos la lucha política y social como la imposición de una ideología mejor.

Baudrillard, Jean: *Las estrategias fatales*, Barcelona, 1997.

Por lo que se refiere a la eficacia de los códigos emancipatorios, se debería reflexionar más profundamente acerca de cómo empleamos el lenguaje.

Placas conmemorativas convertidas en estrellas soviéticas



Jean Baudrillard presupone que, hoy en día, «el conocimiento sobre un acontecimiento es sólo la forma reducida de ese acontecimiento». ¿Qué significa esto? A lo que se refiere es a que la exposición de un acontecimiento en los medios de comunicación no abarca las múltiples y contradictorias dimensiones del mismo, sino que siempre pone el acento en los mismos aspectos por valerse de retículas y modelos de interpretación ya preparados y dispuestos: «Si, por lo tanto, el conocimiento se anticipa en sus modelos al acontecimiento o, dicho de otra manera, si al acontecimiento (o a la opinión) le precede su forma reducida (o su forma simulada), toda su energía se ve absorbida por el vacío». El problema es, evidentemente, el principio de representación. Lo importante no es sólo QUIÉN dice algo, sino antes que nada CÓMO se dice algo. «¡Es por eso que también terceras personas pueden hablar de otras, pero no sobre ellas! Quien hace uso de la lengua la debe entender como una práctica y no como un sistema de representación. Puesto que las representaciones no liberan nada, no dan pie a nuevos cambios, ¡sino que sólo ocupan!»

Reimann, Andreas: «Für eine Barbarei ohne Ästhetik». En: *RadioConText*, nº 15, 1995, pp. 32-40, pp. 33 ss.

De esta manera, sería necesario encontrar formas lingüísticas que fueran más allá de un concepto de lengua en tanto que representación esperable y que pudieran contribuir a su socavación. Una tesis, sobre la base de las ideas de Radio Alice y ○ **A/Traverso**, podría venir a ser: los códigos alternativos, emancipadoras ya no pueden ser cerrados y unívocos ni contribuir a un sentido reconocido. En la confrontación con los códigos cerrados de la normalidad social, estos códigos abiertos pueden provocar trastornos que conduzcan a que, por un breve instante, se produzca un vacío de contenido. Este instante de vacío ofrece la posibilidad de interpretar en un contexto nuevo lo hasta ahora no cuestionado. El «mensaje», el contenido comunicado por semejantes acciones subversivas, consiste en el propio ataque a las formas estético-culturales aparentemente evidentes. Transportan una crítica a las evidencias y, como mínimo, ayudan a aguzar la vista para reconocer que un evento aparentemente objetivo, puramente verbal y, a veces, presentado apolíticamente, siempre representa también un acontecimiento político. Y un ataque así no debe ser menos valorado que la intervención mediante un discurso de contenido clarificador. Aun cuando resulta más fácil identificar claramente el mensaje de una crítica argumentativa —puesto que da la seguridad a quienes lo pronuncian de exponer sus posiciones de manera clara e inconfundible—, dado que esta forma de crítica se fundamenta en modos de comunicación socialmente hegemónicos, de esta manera reconoce, indirectamente, la legitimidad de los discursos hegemónicos y contribuye también a una estabilización de la situación dominante.

Lo que no se puede formular, desde luego, con los códigos abiertos es una

Placas conmemorativas convertidas en estrellas soviéticas .

Después de años de polémica, en septiembre de 1996 desapareció en Tubinga la placa conmemorativa de la 78 División de Infantería y Asalto de la Wehrmacht, que había participado en los crímenes nazis en la Unión Soviética. Un trozo de la placa fue enviada al diario local de parte de los «Jóvenes Pioneros del Ejército Rojo/Fracción Tubinga»: «Cortada limpiamente con la radial, de la placa cuadrangular no quedó más que una estrella roja. [...] "Con nuestra pequeña acción queremos honrar la resistencia antifascista del Ejército Rojo"», se dice en el comunicado que pretendía que la estrella sustituyera ahora a la lápida conmemorativa.



Los dandies de los datos – y el canal no para de zumbar

Los media son el tema del futuro. La teoría de los media es la flipada absoluta en el paisaje teórico presente. Nuevos media, tecnología mediática, comunicación en red, simulación, construcción, realidad mediática, no hay ningún otro lugar donde se puedan vender más efectivamente al público las frases postmodernas y post-postmodernas más triviales.

Al contrario que todo el bla, bla, bla mediático, los mezcladores de teorías de la Agencia Bilwet («Bevorderung va de illegalen wetenschap» = fomento de la ciencia ilegal) de Amsterdam apuestan por visiones teóricas horrorosamente bellas. Hacen suyo el discurso dominante de la palabrería teórico-mediática, exageran sus florituras y la ponen patas arriba: «Citamos mucho, pero no estamos de acuerdo ni con los postmodernos ni con el contexto en el que sitúan las citas. No tenemos una sensación de fin de siglo; al contrario, somos muy optimistas, sin llegar a ser proféticos. Todo lo que se nos viene encima, lo queremos controlar mediante el uso. Queremos ser sujeto activo. No eres víctima de los media, mientras que los utilizas. Es por eso que nos paseamos por los media de una manera rabelaisca. Para nosotros las señales no son inmateriales, sino táctiles. Nos revolcamos en el fango mediático». Bilwet ha fabricado inventos teóricos tan maravillosos como la idea de los media soberanos. Manejan el lugar común postmoderno de la recepción de la toma de la realidad por los media con su visión de los media «in outer space», en la hiperlógica. Finalmente, se revela como visión extraordinaria el concepto de un universo paralelo de los media soberanos, liberado de oyentes, libre de la necesidad de construcción de aburridas realidades para todo el mundo.

Cit. seg. Lovink, Geert: *Hör zu – oder stirb! Fragemente einer Theorie der souveränen Medien*, Berlín, 1992.

Los media soberanos se protegen contra la hipercultura. No buscan manera de conectar, sino que se desvinculan. No crean información ni contrainformación. En tanto que media negativos no se quieren definir positivamente. No sirven para nada, no buscan llamar la atención y no suponen un enriquecimiento del paisaje mediático. Por su apariencia no suponen una crítica radical de la producción (artística) capitalista. Son completamente ajenos a todo el negocio político y al mundo artístico. Escapan a la fiebre tecnológica y hacen realidad proyectos tecnológicos futuros, montando escotillas de entrada al ciberespacio a partir de radiocassetes desechados, programas inútiles, canales con generadores de ruido incorporados, desechos electrónicos y datos basura.

«Sin la conducta de una existencia misteriosa, los soberanos pasan desapercibidos, puesto que se quedan en la mancha ciega que provoca en el ojo las agudas emisiones mediáticas. En tanto que categoría separada, los media soberanos son tan difíciles de reconocer porque la forma en la que aparecen nunca puede brillar plenamente. Sus productores de programación no la dejan ver; sólo se

Agentur Bilwet: *Medien-Archiv*, Bensheim/ Düsseldorf, 1993.

utopía vinculante. Pero la comunicación de utopías propias resulta posible, en todo caso, sólo a través de una práctica social propia. De lo que se trata es de hacer aparecer, al menos por breves instantes, «otra realidad», en medio del aburrimiento de la normalidad social, «que nos permita vivir y sentir entre nosotros aquello por lo que vale la pena seguir luchando mañana» (Eco: 1985). Somos conscientes de lo difícil que resulta esto bajo una presión continua que no procede sólo de afuera, sino también del propio anhelo de integración en justamente esa normalidad.

Calle Desalojadores

Los nombres de las calles suelen hacer honor a algún suceso o figura destacada de la historia. Sin embargo, con el tiempo, pierden en actualidad. Así que la Fiambrera Obrera pensó que, en un barrio degradado como Lavapiés (Madrid), era importante hacer un reciclaje, rebuatizando, entre otras, la Calle Embajadores.



Contrainformación, teoría mediática y el fetiche información

Una mirada a las teorías de la comunicación es suficiente para comprender por qué una guerrilla de la comunicación no puede apostar ya exclusivamente por las estrategias tradicionales de esclarecimiento de la contrainformación de izquierdas. Esto no supone que hayan quedado obsoletas las formas anteriores de trabajo político. La crítica a las concepciones de contrainformación de la izquierda no supone cuestionar la necesidad de una «discusión en torno a los hechos y las interpretaciones de la realidad», y despedirse de la contrainformación. Lo que sí tiene que hacer, no obstante, es plantearse las mismas preguntas que se dirigirán a toda acción de guerrilla de la comunicación: ¿bajo qué condiciones, en qué situaciones comunica la contrainformación a los destinatarios una visión crítica sobre la normalidad cotidiana?, ¿bajo qué presupuestos y respecto a quién puede tener un efecto de cambio social? Para responder a la pregunta por la función actual de la contrainformación clásica nos será de ayuda echar una ojeada a la práctica precedente. Tal como sostiene Geert Lovink, nos parece adecuado distinguir dentro de los medios de comunicación de izquierdas –según una tipología ideal– entre los «alternativos» y los «propios». Los medios «alternativos» toman como referencia

«Görg, Christoph: Wenn das Megaphon in die Sub(kultur) fällt. Zur Kritik der "Bewegungsle(e/h)re"». En: *links*, nº 28, 1996, pp. 312/313.

Lovink, Geert: *Hör zu – oder stirb! Fragemente einer Theorie der souveränen Medien*, Berlín, 1992.

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...» – En directo con: Peter Grohmann



ven sus máscaras en formatos para nosotros desconocidos. Todo experimento exitoso que pueda ser interpretado como expresión artística al igual que política se ve sometido inmediatamente a su contaminación. Los mezcladores de la casa no provocan desde allí, sino que contaminan a los pasantes con banalidades infectadas que se presentan en todo su cordial no decir nada. Madejas inextricables de interpretación e ironía hacen imposible orientarse incluso al lector de media experimentado» (Lovink, 1992).

Esta concepción aborda elementos que, en parte, estaban presentes ya en la práctica de radios como ⊙ *Radio Alice* y que habían sido desarrollados en Amsterdam por las impulsoras de Radio Vrije Keijzer, Radio 100 y Radio Patapoe. Se superan conceptos tradicionales de contrainformación, al llevar a cabo una relativización del concepto mismo de «información», frente al que se sitúa con rango igual el principio de «deformación». Lo emitido por otros emisores se convierte en objeto de mezcla, en material de una práctica mediática desconcertante, que se sustrae a las formas convencionales de interpretación (y al diálogo con el poder que implican).

Tal como sucede con la mayoría de concepciones de los guerrilleros de la comunicación, de Bilwet apenas se puede saber si tras la idea de los media soberanos sólo se esconde una visión de futuro del uso alternativo de los media, una divertida deconstrucción de utopías y visiones horrorizadas de la «sociedad mediática» o simplemente las ganas de fabular. Bilwet lleva a cabo una producción teórica que nunca se acaba de tomar en serio a sí misma, que siempre opera en la frontera del trash y que justo por esta razón conserva su interés. Por otro lado, las mezclas como la teoría de los media soberanos están en una extraña relación de tensión con las demás actividades del grupo. Lejos de querer ser simples payasos de la teoría, precisamente en el contexto de internet, Bilwet intenta realizar fundamentalmente una política de contrainformación «tradicional», de difusión de contrainformación y de su defensa contra intentos de censura. Sólo que justamente: hacen todo esto de una manera más bien discreta, con seguridad, pero sin la habitual flipada mediática fanfarrona. ⊙

Agentur Bilwet: *Der Datendandy*, Mannheim, 1994.
Lovink, Geert/Schulz, Pit (ed.): *Netzkritik*, Berlin, 1997, y. Agentur Bilwet: *Bewegungslehre. Botschaften aus einer autonomen Wirklichkeit*, Berlin, 1991.

preferentemente los medios de comunicación burgueses, en tanto que hacen suyo el objetivo de corregir el contenido o completar el espectro de informaciones existente. Fue sobre todo en los años 70 y 80 cuando lograron ofrecer lecturas divergentes de las contradicciones políticas y sociales, para contribuir a la constitución de una opinión pública «liberal». Por el contrario, los medios de comunicación «propios» no se proponen principalmente la concienciación de los «otros», es decir, influenciar y enriquecer a la «opinión pública». A diferencia de los medio «alternativos», éstos se sitúan a sí mismos fuera del centro social; tanto por sus contenidos, con posicionamientos y discusiones explícitamente de izquierdas, como por el hecho de hacer suyos códigos y temas subculturales. Los «medios» propios son puntos de orientación para la práctica social de las diferentes escenas y subculturas de izquierda; ofrecen foros para discusiones específicamente de izquierdas, y en determinadas circunstancias estabilizan identidades sociales. Se mueven, ciertamente, en un ámbito muy reducido, debido a la jerga y manera de actuar de su base subcultural, pero precisamente esto posibilita un intercambio relativamente cercano entre público y medio.

Estas reflexiones muestran que son importantes los marcos sociales de relación y las prácticas políticas y culturales extramediáticas, a la hora de valorar la importancia de los medios de comunicación de izquierdas. Sin embargo, la importancia de esta relación ha sido obviada ampliamente en las discusiones sobre la contrainformación de izquierdas, mientras han sido dominantes ideas fundamentadas en las posibilidades de una intervención mediática de izquierdas en la opinión pública burguesa. Se partía –exagerando la nota– de que se conseguiría provocar algún día una reacción en cadena que cambiaría la sociedad con sólo contar con suficientes activistas que hicieran contrainformación en todos los sitios posibles. Siguiendo esta lógica, una gran cantidad de proyectos mediáticos de izquierda hicieron suya la labor de divulgar las noticias marginadas por los medios de comunicación burgueses. Esta concepción de la contrainformación es definida por Lovink como «modelo megáfono», puesto que da por supuesto, sin decirlo, una relación causal entre información, conciencia y actuación. Se esconde tras ello, en última instancia, un modelo de comunicación lineal, en virtud del cual basta con sustituir las ideas «falsas» por las «correctas»: si las personas tienen oportunidad de oír suficiente tiempo «la verdad», algún día cambiarán su opinión y se volverán contra la situación dominante.

La experiencia de los últimos decenios ha demostrado que una concepción semejante de los medios de comunicación y su recepción, centrada en la transmisión de las informaciones «correctas», se queda demasiado corta. Es cierto que en buena parte gracias a la existencia de la contrainformación se hicieron de acceso relativamente fácil, al menos en

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

Me dispongo a explicar una acción que un frío sábado por la tarde pudo ser presenciada por el casi repleto Neckarstadion de Stuttgart, luego por los millones de telespectadores de los programas deportivos de la noche y, por si fuera poco, por otros tantos cientos de miles de lectores de los diarios del domingo y del lunes de todo el país. El 17 de noviembre de 1967 jugaba el VfB Stuttgart contra el Borussia Dortmund. Excepcionalmente, esta vez también el mundillo político-literario izquierdista hizo acto de presencia en el Neckerstadion; en una de las curvas de a pie, para ser exactos. En aquellos años los seguidores todavía podían llevar consigo banderas, pancartas o lo que fuera. Nosotros llevamos con nosotros, además, dos o tres botellas de aguardiente: primero, para combatir el frío; segundo, para armarnos de valor; y tercero, para ganarnos las simpatías del público cercano. Cuando se había jugado ya una tercer parte del partido —las masas miraban absortas el campo de juego— desplegamos muy lentamente, como se había acordado, la primera pancarta: «Borussia – saluda – a – los – compañeros – en – Ha – noi».

No es más que un viejo prejuicio pensar que los seguidores de fútbol carecen de formación

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

algunos países, las informaciones de carácter socialmente crítico. Hoy en día, en la sociedad burguesa no son dichas informaciones las que faltan, sino que el problema principal es su ineficacia absoluta. Esto no significa que ya no se necesiten; pero sí que resulta problemática una concepción política que confíe principal o exclusivamente en su fuerza.

En su libro *Modos de hacer*, Negt/Kluge señalan que los sujetos sólo hacen suya «la simple reproducción de la realidad», cuando saben al mismo tiempo cómo pueden cambiar activamente las circunstancias opresivas: «No es más que a partir de esta posibilidad de actuación que se puede reclamar su interés por la realidad». Esto deja claro que la práctica mediática tiene que ser pensada en un contexto más amplio de actuación social, política y cultural. A veces, lo importante no es si algo sale en los diarios o no, sino que la gente hable y cómo hable de determinadas situaciones. La (contra)información es entonces más que una pantalla, radio o diario. Las estrategias que apuestan sólo por las informaciones mediáticas, sobrevaloran su efecto y se mantienen al amparo de la buena sociedad burguesa, como muestran las discusiones en torno a la violencia mediática.

Negt, Oskar/Kluge, Alexander: *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Salamanca, 2000.

Hay otro aspecto aquí que nos parece importante: la idea de que los medios de comunicación de masas usuales, una vez en manos de las personas adecuadas, se pueden emplear como un instrumento para la formación de una voluntad democrática es cuestionable ya en su esencia, puesto que estos medios no son democráticos. Su forma de comunicación se basa en el principio de la multiplicación de informaciones sólo en una dirección, del productor al consumidor. A través de la calle de dirección única de su canal de comunicación, reproducen posiciones del poder y hacen imposible un intercambio en igualdad de condiciones: los mass-media imponen un marco muy estrecho de qué y de qué modo puede ser comunicado por quién, y quién está condenado a callar. Por causa de esta no reciprocidad, para las receptoras pueden resultar, en muy reducida medida, punto de partida o elemento para prácticas sociales que vayan más allá del consumo de información (para los que la producen esto puede resultar diferente).

Contrainformación y práctica social

Esta crítica a una concepción de los media muy difundida entre la izquierda también le da una nueva luz a la tan cacareada crisis de los media alternativos. Seguramente, tampoco es que antes la contrainformación de izquierdas «funcionase» mejor que ahora; sino que más bien la relativa fuerza de los movimientos sociales hacía invisibles las insuficiencias de la comunicación mediática. Allá donde se creía haber avanzado gracias al trabajo de concienciación, tal vez no fuese en realidad la brillantez arrebatadora de los argumentos de la contrainformación lo que despertó en mucha gente el interés por determinados temas y puntos de vista y la necesidad de acceder a determinadas informaciones; sino que más bien este interés sería expresión de cambios en el propio contexto vital, con el trasfondo de esa evolución social en cuyo curso también fueron ganando en importancia los «nuevos movimientos sociales».

Volviendo sobre nuestro planteamiento anterior, esto significa que no sólo los media (de izquierdas) contribuyeron a la expansión de los movimientos políticos, sino que también la fuerza de estos movimientos, sobre la base de una situación social específica, hicieron posible, a su vez, la efectividad de los diarios, revistas y radios de izquierdas. El movimiento pacifista, antinuclear o feminista ofrecía determinados contextos y posibilidades de actuación. Sobre esta base, las informaciones de los media «alternativos» podían estar seguras de contar con un interés especial. Además, estos media tenían una importante función como referencia de autoconciencia y de creación de redes. El problema de que las informaciones mediáticas resulten mayormente ineficaces sin posibilidades de actuación en el marco de una práctica social pasó entonces inadvertido; y por eso pudo mantenerse la idea de que la información mediática conduce por sí misma a la acción política. Hoy en día, sin embargo, con el trasfondo de la ausencia de movimientos políticos y sociales fuertes, se hace evidente que los medios de comunicación «contrainformativos» no pueden obviar esta exigencia. Este desarrollo subraya la certeza del análisis de Negt/Kluge de que la información, por sí misma, no tienen ningún efecto, si no se halla vinculada a una práctica social.

Campaigning

Miremos por encima del borde del plato de la práctica mediática de izquierdas hacia la corriente principal de los medios de comunicación de masas burgueses y nos parecerá, de entrada, que dicha mirada contradice nuestra tesis de que «las informaciones son tendencialmente inefectivas». Hay temas que, aunque pertenecen en realidad al ámbito de la contrainformación clásica (ecología, armamentismo), se han convertido en objeto de grandes campañas de prensa exitosas en su marco autoimpuesto. Habiéndose puesto por meta objetivos a corto plazo, las protestas de Greenpeace contra el hundimiento de la plataforma de Shell en el Mar del Norte así como contra las pruebas nucleares francesas en el atolón de Mururoa alcanzaron una repercusión bastante amplia. Bueno, claro, tratándose de Greenpeace...

Pero acciones de este tipo, que calculan con exactitud la forma de funcionar de los medios de comunicación públicos, para lograr un efecto lo más amplio posible, también son posibles en otros ámbitos. Mientras que hacía años que pequeños grupos políticos intentaban organizar la solidaridad con el preso político Mumia Abu Jamal, obteniendo resultados muy modestos, una amplia campaña de prensa consiguió evitar, al menos temporalmente, el

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

política: el público supo enseguida que nos referíamos a los de Wurtemberg, lo cual se deducía por el empleo de la expresión suava «Ha noi» (para los no suavos vendría a equivaler a «Ach... nein» —en castellano: «oh... no»—, pronunciado con actitud resignada como: «Ha... noiii»). El juego no se suspendió por la pancarta: cuando abajo, en el campo de juego, la cosa se ponía interesante, las decenas de miles de espectadores miraban para abajo; cuando la cosa se ponía aburrida abajo, los espectadores miraban hacia el saludo proveniente de Dortmund. Más de uno se preguntaba, claro está, si eso de «Hanoi» iba ciertamente por los suavos; y cada

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

cierto tiempo se extendía un murmullo generalizado, acompañado de decenas de miles de miradas a seis valientes revolucionarios de Stuttgart.
Una vez transcurrido exitosamente el primer acto, procedimos a prepararnos para el segundo: invitamos a una ronda de aguardiente. El frío venció la desconfianza reinante en ambas partes. Aun cuando la violencia en los partidos de fútbol era entonces una excepción, las interjecciones del tipo «que le corten el pijo» o «que lo envíen al otro lado», «a trabajos forzados», «a Siberia con él», etc., formaban parte de la sabiduría popular. La disposición a

Radio Alicè

es obscena como la lucha de clases

En las grandes ciudades italianas, en los años setenta, tuvo lugar un encuentro de profundas consecuencias: en las reservas, en los márgenes de la sociedad, los jóvenes que allí vivían, los «indios metropolitanos» (○ *Indiani Metropolitani*) desarrollaron técnicas extremadamente interesantes y mordaces de rebelión contra las condiciones alienantes de vida. El recurso combinado a principios y métodos tanto socialrevolucionarios como vanguardistas marcó los enfrentamientos culturales y políticos en el triángulo Milán-Bolonia-Roma y molestó por igual a las élites dominantes como a los comunistas de partido. En los enfrentamientos culturales, el movimiento reclamó para las masas lo que la cultura de élite sólo reconoce a la vanguardia, a saber, transgresión de las reglas, improvisación lingüística y expresión sin control; sintetizando: introducir el desorden en las coordenadas al uso de la verdad. Es en este contexto donde nace Radio Alice en Bolonia.

En Bolonia, la ciudad roja de Italia, ardían no sólo las orejas de las oyentes de Radio Alice. El colectivo de la radio, por un lado, perturbaba las costumbres auditivas habituales y, por otro, recuperaba la base de la comunicación, la retroalimentación permanente, perdida en los medios de comunicación de masas. La reunión de oídos y bocas en sujetos convirtió a la radio en una «piazza» virtual, en un espacio social, donde se mezclaban personas, actividades y subjetividades, y consiguió «la radicalización del medio radiofónico hacia un medio de comunicación». Con la

asesinato legal de Mumia. Por lo visto, resulta posible alcanzar no sólo resonancia social, sino también éxitos concretos por medio de un empleo determinado de los medios de comunicación burgueses. La condición para una utilización semejante de los media, que aquí denominamos *«campaigning»*, es ciertamente someterse en buena parte a los mecanismos de funcionamiento de estos media. El fetiche mediático «suceso» es el que determina lo que se informa. El espectáculo de las acciones de Greenpeace sirve a este fetiche tanto como la manera de presentar a Mumia («El hombre que escribió un libro desde la galería de la muerte»). El éxito de este tipo de «campaigning» se debe, en última instancia, a que se limita a intervenciones puntuales, a corto plazo y «realistas», en cuyo marco se ofrecen indicaciones de actuación concretas a las consumidoras de los media que pueden ser seguidas por cualquiera en el marco de su cotidianidad: boicot a las gasolineras de Shell, no compres productos franceses, escribe al juez Sabo.

Estas indicaciones de actuación no cuestionan de una manera esencial la actuación o forma de vida de los destinatarios, sino que les posibilita percibirse como participantes críticas del acontecer político sin criticar la estructura de la sociedad en su totalidad. La actuación social transmitida por la prensa se agota en la intervención respecto a cuestiones puntuales y de acuerdo con, al menos, una parte de los sectores dominantes

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

pegarle de vez en cuando una buena paliza a alguien o a romperle los dientes también forma parte de los hábitos tradicionales alemanes. Que quede entre nosotros: nosotros ya entonces éramos muy malos peleando. El valor, sin embargo, no nos había abandonado; procedimos, pues, a desenrollar la segunda pancarta en combinación, otra vez, con el transcurso del juego: «El VfB saluda a los valientes...». Ahí nos paramos e hicimos primero una pausa. Cuando desenrollamos la última palabra, las expresiones de sorpresa e incredulidad recorrieron casi todo el estadio: «Vietcong». Ahora ya había saltado la liebre. Todos los que nos rodeaban, entre

Gruber, Klemens: *L'avanguardia inaudita*, Milán, 1989.

multiplicidad de voces se expresaba también el rechazo contra el sentido fijado de las palabras y una ruptura con el consenso social. Radio Alice destacó por su apertura radical como punto de encuentro mediático en el que todos podían dialogar entre sí. El medio más importante para ello fue el teléfono y una manera determinada de valerse del ○ distanciamiento: «Habla, oyente, y emplea un lenguaje sucio pero inteligible. Arrastra por la mierda el sentido oculto del texto». Hay dos formas de distanciamiento especialmente efectivas para la crítica práctica mediante el lenguaje de las situaciones: el comentario indirecto y el crítico. El comentario indirecto no es otra cosa que la reapropiación consciente de las sutilidades, continuamente practicadas, presente en las formas de expresión familiares a todas. Para ello, se introduce como comentario la forma habitual en que se hace inteligible un contenido, sin decirlo expresamente. Un ejemplo puede ser una entonación exageradamente larga: «que boonitaaa que estaás hooоy».

El comentario indirecto persigue darle la vuelta al texto: desinterés patente, dialectos y entonación incorrecta, errores de pronunciación, tono de voz raro, empleo erróneo de palabras, confusión de consonantes, trastocamiento de sílabas, introducción de pausas molestas, solapamiento con conversaciones sin interés, atrabancamientos difíciles y luego gruñidos irritantes, silencios inadecuados, seguidos de nuevo por el ronroneo de la repetición continua de determinadas formas oficiales de hablar —de manera pura o deformada.

(declaraciones de Weizsäcker y Kinkel en favor de Abu Jamal). Lo que resulta de aquí no es tanto una práctica social como una simulación (mediática) de la misma –de la misma manera que las grandes manifestaciones («oficiales») contra la xenofobia se podrían interpretar como una simulación de antirracismo, que sustituye a una práctica antirracista cotidiana inexistente. Mientras que un llamamiento como «Boicot a Shell» puede transmitirse con éxito a través de la prensa, no resulta posible dotar de contenido con llamamientos así una práctica social que tenga por objetivos cambios sociales profundos. Ésta exige discusiones, experimentos, valor para decidirse por lo no acabado y no realista, es decir, todo aquello para lo que no hay sitio en la calle de una dirección de los mass-media.

Don't believe the hype? Contrainformación en internet

Aunque nos planteemos qué nuevas oportunidades se derivan de los nuevos avances técnicos para una contrainformación de izquierdas, lo que nos interesa en primer lugar no es saber qué nuevos canales de transmisión de comunicación nos ofrecen, en general, el correo electrónico e internet. Lo que realmente importa es aclarar en qué lugar del espacio social se sitúan estos nuevos medios y qué nuevas perspectivas (de actuación) abren. También las discusiones en torno a internet como nuevo lugar para una práctica mediática de izquierdas giran, sobre

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

trago y trago de aguardiente, adoptaron una actitud de distancia prudencial. Abajo en el estadio, fuera del campo de juego, a nuestra altura, se fueron acercando, a paso ligero, y reuniendo todo un montón de hombrecitos verdes [color del uniforme de la pasma alemana; N. T.], lo cual no sólo nos aseguró la atención del público, sino también la de la televisión y de los reporteros gráficos. Ojo al dato: a más hombrecitos verdes, más prensa. Para cuando la policía llegó hasta nosotros y nos arrebató las pancartas, nos habíamos ganado la atención completa y absoluta del estadio; hasta los jugadores habían dejado salir la pelota fuera de banda...

Alice transformó la radio en un medio en el que se podía hacer uso de todos los registros para deformar las palabras y escarnecer el lenguaje. ¿El lenguaje de quién? Esto es lo que aclara el comentario crítico. Descifrar novedades, traducir expresiones oficiales y corregir informaciones, desvelar eufemismos: «¿El nivel de los salarios no se quiere o no se puede mantener?» Radio Alice, sin embargo, no atacaba esta posibilidad como tal, sino que hacía posible lo imposible: por medio de la transmisión telefónica en vivo. Numerosas de estas acciones maodadaístas (⊙ *dada*) se basaban en la circunstancia de que el teléfono es un instrumento estratégico contra aquel que normalmente es inalcanzable:

Una buena mañana, estaba aún roncando apaciblemente el primer ministro y hombre de enlace con la mafia en el Gobierno, Giulio Andreotti, cuando sonó estridente el teléfono en su mesita de noche. No era el despertador digital lo que perturbaba sus sueños, sino Gianni Agnelli. El influyente propietario y jefe de la FIAT era el telefonista madrugador. Exigía el apoyo estatal inmediato para meter de nuevo en cintura a sus recalcitrantes trabajadores. Cuando el adormilado Andreotti le prometió sumisamente su lealtad y ayuda no sospechaba, claro está, que Agnelli no era Agnelli y que al otro lado del hilo telefónico las oyentes de Radio Alice podían reírse a pleno pulmón de la teoría del capitalismo monopolista estatal tan ejemplarmente demostrada por lo menos una vez.

Tomemos nota: no se trata de que te den la razón, sino que a veces parece tener más sentido provocar de tal manera que el otro o la estructura acabe desenmascarándose por sí misma.

Radio Alice intentó conquistar una voz en contra de la no-comunicación mediática. Se trataba de una voz que no quería ser altavoz de nadie: ni proclamar la verdad ni animar a las masas. Alice más bien extendió su intervención política «al ciclo completo de la información» y fundamentó así «la deconstrucción metódica de la realidad mediática dominante» por medio de la «guerrilla de la información» (Gruber, 1989, pp. 45 ss.)

La radio de los «indios metropolitanos» fue destruida en marzo de 1977 con la colaboración resuelta del PCI. Tal vez porque era más peligrosa que otras formas de ⊙ contrainformación de izquierdas. ⊙

El último acto policiaco-militar fue retransmitido en directo por Radio Alice.. Cfr. Colectivo Radios Libres: *Alicia es el diablo*, Barcelona, 1981.

todo, en torno al fetiche «información, información y más información», y para todo el mundo. Embriagada por el hecho de encontrarse ante una corriente de información descomunal, internacional y, por esta causa, apenas censurable, la discusión se queda anclada con frecuencia en este punto.

Sin embargo, también en este caso nos hemos de preguntar qué valor se le debe adjudicar a semejante información. Se habla aquí de estos medios como si se tratara de la opinión pública en sí misma: «La discusión sobre el correo electrónico como medio universal acaba por demostrar su condición de mito, cuando el intercambio de datos e informaciones políticas se convierte en un fin en sí mismo, si éstos finalmente no se materializan en una práctica política. Esto significa que con el empleo de esta nueva tecnología (en sí mismo) ino se consigue nada!» Una vez más, se discute técnicamente sobre informaciones y canales, pero no sobre las condiciones de recepción, sobre acción política y social.

La cuestión más interesante para nosotros sería qué pensar de planteamientos que ven en internet también, y precisamente, un lugar potencial de nuevas prácticas sociales. No se puede ignorar que internet se diferencia esencialmente de los media tradicionales en la medida en que ofrece la posibilidad de una comunicación recíproca e interactiva. ¿Existe la perspectiva de crearse en este marco lugares autodeterminados, «zonas temporalmente autónomas» (Hakim Bey), en los cuales se puedan derogar (formulado aún de una manera no definitiva), al menos durante un tiempo, las normas sociales? Y en caso afirmativo, ¿qué consecuencias tiene esto sobre la existencia social exterior a las redes?

La crítica a planteamientos semejantes se formula con frecuencia desde una posición que, de una manera abierta o implícita, contrapone las formas «auténticas» de comunicación, interacción y práctica social en el mundo «verdadero» al mundo virtual del ciberespacio. A nosotras una contraposición y valoración de carácter subliminalmente naturalizador nos parece cuestionable. Tal vez, justamente la comunicación reducida y «no auténtica» de la red nos ofrezca la oportunidad de derogar, como mínimo parcialmente, las identidades sociales por lo demás inamovibles. No obstante, quedan algunas cuestiones críticas por resolver: ¿Quiénes son los actores en internet? (el 90%, ciudadanos varones blancos de clase media, lo mismo que en la izquierda...) ¿Cuánto tiempo pasará hasta que se haya podido domesticar policial y jurídicamente los espacios de juego existentes en la red? ¿Hasta qué punto existe el peligro de que nos toque jugar una vez más a hacer de vanguardia en el proceso de modernización capitalista, cuyas prácticas luego se ven integradas de forma

Hay una versión de este capítulo publicada, donde se tiene más en consideración este aspecto: Autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: «Bewegungslehre/Irre. Anmerkungen zur Entwicklung alternativer und linker Gegenöffentlichkeit». Update 2.0. En: Lovink, Geert/Schultz, Pit (ed.): *Netzkritik*, Berlín, 1997.

Kunz, Thomas: «Medien, Mythen, Mailboxen». En: *links*, nº 26, 1994, p. 3.

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

Las pancartas seguirán, seguramente, bajo custodia de la policía de Stuttgart. Según lo que yo sé, ni siquiera nos tomaron la filiación —qué poco celo profesional. Pero dado que el éxito mediático fue arrollador, renunciamos a interponer una queja por la intervención policial. La prensa soltó una retahíla de reproches: ahora llevan la política hasta al deporte. El VfB Stuttgart, por cierto, envió un comunicado de desmentido un par de días más tarde (en el fútbol se tarda un poco más en reaccionar) e hizo saber que el equipo nunca había saludado al Vietcong. No estoy muy seguro de ello.

La misa de Pascua de 1950

Poco antes del comienzo de la misa de Pascua en la catedral de Notre Dame de París, un pequeño grupo de letristas, un grupo predecesor de la Internacional Situacionista, se coló inadvertidamente hasta la parte posterior del templo. En una estancia contigua pillaron a un sacerdote, lo amordazaron, lo desnudaron y lo ataron. Michel Mourre, que en tiempos pasados también había pensado en vestir los hábitos, se vistió con la ropa del sacerdote y, poco antes del comienzo de la misa, subió las escaleras que conducían al altar. Tras un momento de silencio respetuoso, tomó la palabra: «Hoy, domingo de Pascua del año sagrado,

comercializada y descafeinada en la normalidad social? Lo que a nosotras nos parece esencial en la discusión es, en todo caso, no dejarse catapultar una misma al ciberespacio, sino tener cuidado de no perder la relación entre comunicación en la red cibernética y la comunicación en la vida de tiempo «real». Si no, corremos siempre el peligro de discutir centrándonos demasiado en la tecnología o incluso de caer en el mito de la «sociedad de la información».

«¡Adelante y olvidémonos de todo!»

Nos queda la cuestión de a qué conclusiones nos llevan nuestras reflexiones acerca de una práctica mediática de izquierdas. El objetivo principal de una política de izquierdas en la actualidad debería ser, según nuestra opinión, hacer pensable de nuevo ideas alternativas de relaciones sociales en contra del consenso hegemónico existente. Sin embargo, se debe de tener en cuenta que, a diferencia de en el pasado, apenas si resulta posible construir un discurso hegemónico de perfiles nítidos en cuanto a su contenido: la ideología dominante se transmite también y sobre todo por medio de las formas de la representación. En relación a los media alternativos, esto significa que sus formas son absorbidas y sus contenidos neutralizados (es lo que pasa, por ejemplo, cuando las funciones de servicios culturales innovadores desarrollados por medios alternativos se convierten en la base económica de magazines como *Prinz*). Debido a la pérdida de funcionalidad asociada a esta evolución, los media «contrainformativos» se ven devueltos al papel de fanzines que se dirigen sólo a un espectro social relativamente pequeño.

No es que en esa condición dejen de tener una función. Los medios de izquierda pueden continuar siendo un punto de partida para hacer llegar determinadas informaciones al público (también al burgués) y provocar allí momentos de deslegitimación del orden dominante. Además, para las subculturas y sectores menores del público son de suma importancia estructuras de comunicación en funcionamiento: los media propios abren el espacio donde se puede pensar y discutir lo disidente y alternativo.

Resulta importante, sin embargo, reflejar las limitaciones de una función así de los media para luchar (¿catch, boxeo, aikido...?) por posibilidades y espacios de actuación social fuera del mundo virtual de los media. Una práctica social rupturista necesita de la utopía concreta de otra sociedad, y ésta no surgirá a nivel mediático. El cambio social empieza también y en primer lugar en el día a día social. La utopía de otra sociedad no se deja expresar en letras, sino a lo sumo en formas culturales; no como un texto acabado, sino siempre de manera fragmentada e incompleta. Y es en este contexto donde los media de izquierdas han de ocupar un lugar importante, aun cuando esto no acabe de gustar a los grandes hacedores (a los que, como se sabe, les gusta concebir pensamientos grandes y de amplia repercusión estratégica). Los media de izquierdas resultan imprescindibles como medio de

La misa de Pascua de 1950 ...

tomando como testigo a la basílica de Notre Dame, acusó a la Iglesia católica universal del mal uso mortal de nuestras fuerzas vivas para un cielo vacío». Cerró su intervención con las palabras: «En verdad, os digo, ¡Dios ha muerto!». Tardó algunos minutos hasta que la comunidad reunida entendió lo que estaba pasando. El supuesto sacerdote escapó de la iglesia por una puerta trasera; sin embargo, fue acorralado por la furiosa turba eclesiástica en el muelle, donde intentó lincharlo. Esto obligó a Michel Mourre a entregarse a la policía para salvar el cuello. No obstante, hay un rumor que afirma que esa misa de Pascua también

autocomprensión. Comparándolo a ilusiones anteriores puede parecer poco, pero es más que nada, desde luego.

La noción de guerrilla de la comunicación, por lo tanto, no se contrapone a una práctica contrainformativa. Las dos nociones más bien se complementan. Puesto que ¿de qué sirven los conceptos y prácticas de la comunicación subversiva, si no se dispone de ofertas de pensamiento que contraponer a las concepciones sociales hegemónicas? ¿Y de qué nos sirve una política de contrainformación si no encuentra formas de expresión que sean escuchadas o tomadas en consideración? La guerrilla de la comunicación únicamente puede intentar romper el consenso hegemónico y crear situaciones de comunicación abiertas. No sustituye el trabajo de organización ni de contenido, ni las acciones antifascistas ni los medios propios. ¡Y punto!



La misa de Pascua de 1950 .

provocó la confusión entre los letristas: al parecer, el falso sacerdote quedó tan impresionado por su intervención que acabó por integrarse en el seno de la sagrada Iglesia católica.

La Risa Salvaje

Sobre el poder subversivo de la ambivalencia

«La autoridad tiene una nariz de cera, uno le puede dar la forma que quiera.»
Alain de Lille, s. XII.

«Asegúrese, cuando el apocalipsis, un lugar en primera fila. Sea usted Luther Blisset.»
Luther Blisset, s. XX

Es un texto, un discurso sobre la risa: una risa peligrosa, arriesgada para los que ríen, amenazadora para el orden dominante. Pero los que esperen encontrar aquí una razón para reír, lo han entendido mal: este discurso explica y racionaliza, vincula la risa a un orden razonable. Pero quien se aferre a este orden no podrá entender la Risa Salvaje. Por lo tanto: cuando hayáis leído este texto, lo hacéis trizas, hacéis coronas de papel y escribís sobre él NEURONOMICON. O cogéis las trizas, les ponéis los nombres de los siete países más industrializados por orden alfabético y las colgáis al revés en el lavabo. Al mismo tiempo deberíais recitar de adelante hacia atrás algún memorándum del Parlamento europeo sobre seguridad en la fortificación Europa. Haced lo que queráis, ¡pero desgraciados de aquellos que se rían!

No hay nada por lo que reír. La Tierra está enferma. El agujero en la capa de ozono y la fusión de los casquetes polares son indicios de una catástrofe climática. La variedad de especies se reduce de manera alarmante, los bosquen mueren. La población mundial crece explosivamente, las reservas de agua y energía se hacen escasas, la contaminación medioambiental aumenta dramáticamente.

Los jinetes del apocalipsis son una vez más el signo de los tiempos: muerte, guerra, hambre y plagas se extienden por los continentes. SIDA, alergias, vacas locas y nuevos virus amenazan los cuerpos; la peste y el cólera vuelven a irrumpir en escena.

La sociedad se desmorona. Las familias se deshacen. Sectas y ocultismo, herejes y brujas se multiplican por doquier. La violencia se hace cada vez más presente en la prensa, en las escuelas y en la calle. El crimen organizado, el contrabando atómico, la infiltración extranjera y el colapso circulatorio amenazan a la fortificación Europa. Las jubilaciones, gastos asistenciales, costos sanitarios, servicios sociales se hacen impagables.

La racionalidad occidental ha llegado a sus límites. La Iglesia y la ciencia se encuentran en una crisis profunda. Hay pocos ya que crean que la Tierra es el centro del universo. Científicos de las más variadas disciplinas descubren el caos, los filósofos anuncian el fin de la Modernidad y de la Historia.

El orden del miedo

Lo mismo da que éstas imágenes provengan de diarios, discursos políticos, declaraciones de expertos o folletos esotéricos, que sean expresión de temores presentes o medievales o de ambos: el lenguaje de las imágenes apocalípticas es el lenguaje del mito. Nos habla de la amenaza universal, del final del orden de cosas conocido; evoca el miedo ahogado al final del mundo. Todos los miedos reales se convierten en indicios que señalan hacia el gran miedo, el miedo universal, el miedo cósmico: el mito de la gran amenaza encuentra su confirmación en los miedos concretos.

El miedo cósmico transforma los pequeños miedos cotidianos. Ya no son motivo de protesta, ya no ocasionan reclamaciones políticas, ya no son razón para una actuación política ni fuente del deseo de cambio. En el orden del miedo las anomalías concretas ya no tienen nombre. Da igual lo que se pudiera criticar, siempre será expresión concreta de la amenaza abstracta y trascendental; la mirada a esta amenaza, la mirada del miedo cósmico, es la mirada paralizante a la gran serpiente. Se alimenta de la sensación de desprotección e impotencia de la persona sola. Bajo su orden pierde sentido todo deseo de configurarse la vida conscientemente. En este orden no hay sitio ni para las reivindicaciones reformistas más insignificantes, como pueda ser el de un seguro de vejez que funcione. Parece que ya sólo los bastiones más poderosos —la Iglesia de la Edad Media, el Estado del presente— nos pueden ofrecer, si acaso, protección ante esta amenaza universal. Las personas buscan su último refugio, siempre en peligro, en las grandes instituciones el poder: mitigan su miedo no mediante la protesta o la confianza en la propia fuerza, sino mediante la identificación con el poder. ¿Miedo ante la violencia? El Estado aumenta las competencias de la policía. ¿Miedo al SIDA? El Estado aconseja la monogamia. ¿Miedo a la recesión? El Estado ahorra para todos. Se confía al Estado la administración del miedo y, a la vista de este alivio inmenso, se aceptan con gusto algunas pequeñeces como los recortes sociales.

¿Pero acaso no es el propio discurso del poder el que crea el mito del miedo cósmico, el que determina las coyunturas del miedo? El poder aclara dónde hay peligro y se encarga de producir a la vez el remedio salvador. Consolida los modelos habituales, envuelve el miedo en discursos «seguros» y ofrece nuevos miedos. El orden del miedo otorga un sentido a la opresión y violencia que emanan de las instituciones del poder. Sólo el poder ofrece seguridad y, por lo tanto, su actuación siempre está justificada. Da igual que a la recesión se reaccione con la

Cómo se hace un ataque psíquico, por Luther Blissett

1. Los ataques psíquicos también tienen sus precedentes, encuentran sus orígenes en toda una serie de tradiciones alternativas de lucha obrera. En el siglo XIX, los trabajadores en huelga de la industria textil piamontesa acostumbraban a reunirse a medianoche ante las casas de los esquiroles para cantarles un «miserere». Seguro que se llevaban un susto de muerte. En 1967, los yippies hicieron un intento de hacer levitar el Pentágono para ahuyentar los malos espíritus del militarismo y el nacionalismo. En 1993, la Alianza Neoísta boicoteó un concierto de Stockhausen en Brighton, Gran Bretaña, organizando una agresión

Cómo se hace un ataque psíquico ...

psíquica que hizo levitar la sala de conciertos. Esta técnica de la guerrilla telekinética se ha visto últimamente perfeccionada por Luther Blisset. Las indicaciones siguientes reúnen las instrucciones fundamentales.

2. Haced público vuestro ataque con octavillas, declaraciones de prensa, carteles y todos los demás medios necesarios. Escoged un objetivo sensacional, pero no seáis previsibles en vuestras declaraciones. Si dais en el clavo, tenéis la posibilidad de ganaros la atención de los media sobre vuestra acción. Luther Blissett ha conseguido más veces de las que pensáis

extradición de refugiados políticos, a la violencia criminal con un llamamiento a controlar la prensa o al miedo ante la guerra con la persecución de comunistas; todo esto tiene su lógica en el orden del miedo: «se tienen que considerar los miedos justificados de los ciudadanos».

Bailar con el volcán: la Risa Salvaje

La ironía y la sátira, juguetes del intelecto, juegan su juego crítico con los miedos concretos. En el altiplano del pensamiento desenmascaran la mentira del mito, descubren sus contradicciones. Pero la risa de la sátira no deja de ser un transgresión intelectual limitada, demasiado débil para conmover el orden a la vez general y no declarado del miedo. Así, ya se enseña en las escuelas que la sátira siempre tiene que intentar «hacer soportable al lector, mediante el modo de presentación, el disgusto provocado por el objeto presentado». ¿Qué sucede cuando las lectoras del diario «alternativo» alemán taz se ríen de un fotomontaje de Kohl como receptor del subsidio social? Confirma lo que ya sabían, que el llamamiento a ceñirse más el cinturón no va dirigido a todo el mundo. Pero de esta manera no se disminuye la fuerza de los sentimientos, del miedo subjetivo al miedo. «Una ya no se puede permitir nada», dicen autocomplacidos los jóvenes del hay-que-pasárselo-bien, y se ríen con una sonrisa maliciosa o sin alegría. Al anestesiar el miedo, quedan expuestas al miedo del miedo.

Los apocados que se identifican con el poder, éstos no bailan en absoluto. Los que, como los cínicos resignados, bailan SOBRE el volcán, ignoran las sacudidas de la tierra. Pero al contemplar el miedo también es posible bailar CON el volcán. A se le llama: la Risa Salvaje. Cuando la crisis se hace cotidiana, surge un saber que supera el mito del miedo. Enfrentado él mismo al miedo, expulsado como intelectual durante la era Stalin del centro de la cultura dominante, el estudioso literario e investigador de la risa Michail Bachtin encontró una actitud subversiva semejante en la risa carnavalesca del renacimiento. Desde una perspectiva marginal, él reconoció el poder emancipador de lo que empuja fuera del centro, que se manifestaba en la risa del carnaval renacentista. Esta risa subversiva no resuena en el centro, sino en los márgenes del orden reinante.

Bachtin, Michail: *La cultura popular en la Edad Media y en el Reanacimiento*, Madrid, 1988

En un tiempo en que el mundo parecía estar patas arriba, la Tierra se había caído del centro del universo, la Iglesia única e indivisible se había dividido en dos, las estructuras de la sociedad se revolucionaban, el carnaval del renacimiento se reía del sistema mítico del miedo cósmico. Poco tiene que ver la risa grosera de este

Cómo se hace un ataque psíquico ...

rodearse de problemas, dudas y dificultades.

3. También las personas que no se encuentran físicamente en la acción pueden tomar parte en el ataque psíquico, aun cuando la efectividad de vuestra acción depende de la visibilidad de los guerreros parapsicológicos.

4. En el momento acordado, os colocáis de uno en uno o en grupo ante el objetivo e intentáis imaginaros a vuestros enemigos con el cuello partido. Si esto os parece demasiado difícil, en lugar de eso quemáis una foto de las personas objetivo de la acción, mientras que proyectáis

Eulenspiegel°

el primer guerrillero de la comunicación

Hay una cosa clara: a Eulenspiegel no le gustaban los señores feudales pero tampoco los artesanos. Till Eulenspiegel es una figura histórica, conocida por ser el prototipo del «bromista, pura insensatez, cínico, fanático de la verdad y sabio». Para nosotros, por el contrario, es el primer guerrillero de la comunicación; puesto que ya es una costumbre ancestral, especialmente en Alemania, rechazar como locura todo lo molesto o que cuestione el poder. Till Eulenspiegel fue reducido a una figura chistosa, y desde la «crítica ilustrada» se sigue utilizando la «bufonada» como reproche descalificador. De esta manera se une una vez más al poder, que desde siempre ha querido ridiculizar la crítica más radical.

Till Eulenspiegel parece que nació a finales del siglo XIII en Kneitlingen, junto a Braunschweig. El testimonio escrito más antiguo data del año 1515, en el que se dice de la figura de Eulenspiegel que el campesino paleto habría recorrido el país haciéndose pasar por el bufón del rey polaco Casimiro. La leyenda afirma, además, que todo el mundo se mofaba de Eulenspiegel y le tomaba el pelo, y que él reaccionaba dándole la vuelta a la tortilla. La mayoría de las veces se refieren situaciones en las que, por medio de juegos de palabras, consigue controlar la lectura de sus actuaciones:

Cuando Eulenspiegel le prometió al conde de Hesse pintarle pinturas magistrales en su castillo por 200 florines, se pulió medio sueldo en una semana. Pero dado que el pincel no era precisamente lo suyo, salvó la situación como

carnaval, con su insistencia en todas las funciones orgánicas del cuerpo y sus toscos insultos, con las formas delimitadas, folclorizadas y disciplinadas del carnaval que conocemos hoy en día. ¿Pero qué puede sacar una guerrilla de la comunicación del aburrimiento de los carnavales ritualizados como el de Maguncia?

La risa de los bufones, comediantes y pícaros, las bufonadas y travesuras, la risa salvaje y desenfrenada sobre todo el mundo puede enseñar mucho a una «guerrilla» así: contra el orden de lo unívoco y de las seguridades, con sus procesos de exclusión, al Gran Carnaval le gusta crear una cultura de la ambivalencia. En lo equívoco se encuentran puntos de partida para cambios emancipatorios de lo existente. La descripción de Batchin nos muestra de qué manera actúa la risa del carnaval en el sistema de signos dominante, en la gramática cultural de una sociedad en crisis: se vive la transformación y la crisis como condiciones de vida primarias; éstas no desaparecen, pero se rompe su encanto mágico. El poder pierde, aunque sólo sea por un periodo de tiempo limitado, su función de administrador del miedo. Pues aquello ante lo que nos quiere ofrecer protección –el desmoronamiento del orden de la creación divina– es representado en innumerables juegos y misas de carnaval en plazas públicas y se ve acompañado por una risa indomable. Allá las

Cómo se hace un ataque psíquico ...

pensamientos asesinos sobre su imagen.

5. Levantad los brazos por encima de la cabeza, de tal manera que se toquen los codos y puños, y permaneced de pie con las piernas abiertas. Mantened unidos los puños durante el ataque. Respirad profundamente y luego soltad el aire, mientras que expeléis las palabras «llamada de Casandra». Repetid esto trece veces. Ahora ya estáis preparados.

6. Dirigid vuestras miradas al objetivo o en su dirección. Repetid en voz alta la sílaba «ohm», hasta que os sintáis iluminados. Si tenéis la sensación de que se os corta la

sigue: tras acabar los «trabajos», le mostró al conde su inexistente obra, no sin antes haberle indicado que sólo podría ver las pinturas quien hubiera nacido de un matrimonio debidamente formalizado. Las figuras bufonescas como la de Eulenspiegel (y la de ⊙ Schwejk) destacan por su esfuerzo por actuar siguiendo el reglamento estricto, acatar literalmente las leyes y comprender los conceptos según su definición formal. Con toda modestia, dejan que la sociedad les imponga estas normativas, leyes y definiciones, y se permiten el lujo de «tomarse muy en serio nuestro quehacer cotidiano, nuestros juicios y justificaciones evidentes. Y esto significa tomárselas al pie de la letra». Los éxitos de Eulenspiegel se basan en sus conocimientos extraordinarios de la ⊙ gramática cultural y en su capacidad de desplazar desapercibidamente el significado de afirmaciones aparentemente unívocas:

A Eulenspiegel su Señor le condena a que abandone su tierra y propiedades bajo amenaza de castigos durísimos. Poco después, el Señor avista a Eulenspiegel en un carro de tierra tirado por un burro. Cuando entonces quiere demandar a Eulenspiegel a causa de la condena vilolada, Eulenspiegel le replica que él ha respetado al pie de la letra la condena. La tierra del carro es tierra ajena y el carro es propiedad suya —de Eulenspiegel.

Brock, Bazon «Strategie der Affirmation. "Besetzung" und "Bilderkrieg" als affirmative Strategien». En Brock.: *Ästhetik gegen erzwungene Unmittelbarkeit. Die Gottsucherbande. Schriften 1978-1986*. Vol. VIII, parte 5, Colonia, 1986, pp. 293-303, y «Aller gefährliche Unsinn entsteht aus dem Kampf gegen die Narren oder Eulenspiegel als Philosoph», ibid., pp. 287-292.

voces que ríen expresan lo que no se puede decir: el mundo se ha vuelto loco, todo podría ser muy diferente de como parece, todo es muy diferente: la muerte adopta la figura de una mujer embarazada, los pantalones se llevan encima de la cabeza, los siervos se convierten en señores. Nadie necesita ya del poder, puesto que el desorden favorece a las personas sencillas. Esta risa indomable no se escabulle de los miedos, sino que les planta cara, los arranca del orden mítico del miedo cósmico y se burla de todo el mundo: las autoridades y las vanidades, normalidades y miedos propios. Escapa de la inseguridad atemorizante y sobrepasa el límite del espacio en el que se vislumbra la posibilidad de la liberación. Y esta posibilidad surge bajo el influjo del otro mundo, del mundo «al revés».

La elección de la reina de los bufones, los chistes groseros desde el púlpito, el vuelco momentáneo de jerarquías sociales y valores vigentes, el ⊙ *crossdressing* ritualizado, todo esto es prueba, según Batchin, de un «saber acerca de la posibilidad de un alejamiento completo del orden presente». La risa del Gran Carnaval no es aún demanda de una mejora social, de revolución, pero tampoco es una forma de afirmación del orden reinante. Quien mida la risa del carnaval o la actitud de la Risa Salvaje por el concepto moderno de la protesta social, puede que

Cómo se hace un ataque psíquico .

respiración, no os preocupéis. No resulta peligroso continuar, pero aun cuando lo dejarais ahora, podéis estar seguros de que el ataque psíquico ha resultado, como mínimo, parcialmente exitoso y las personas contra las que se dirigía se han visto desmoralizadas por esta acción.

7. La acción ha de ser convocada y legitimada por Luther Blisset, pero para ello os basta con llamarme a mí, a Luther, a nosotros o a vosotros mismos.

Eulenspiegel sabe demasiado bien cómo trata el poder a aquellos que se le oponen. Los débiles no tienen otra posibilidad de plantar cara al poder que llevar tan lejos las pretensiones de éste que se vuelvan en su contra (⊙ afirmación subversiva).

Allá donde se presentaba Eulenspiegel, los padres se quejaban de que éste con su mala influencia provocaba la lujuria en los niños, y el gremio de payasos tampoco quería saber nada de alguien que se mofaba de ellos con sus obras. Muy pronto los escribidores de libros se hicieron eco de esta disputa. Para unos, el buen Eulenspiegel es aquel que influye constructivamente en la obra y el pensamiento de las personas; para los otros, él no es más que una figura moralmente deplorable que no piensa en otra cosa que en provocar desorden y discordia entre el pueblo.

La figura de Eulenspiegel, el cual, tal como vivió, fue un buen aprovechado, bribón, cara dura e impostor, hace 450 años que se encuentra presente en la literatura. Desde mediados del siglo XVIII, las educadoras trabajan en una reconversión de Eulenspiegel, que ahora ha de servir más para divertir que para amedrentar. Hoy en día hasta los niños pueden representar la vida de Eulenspiegel en los grupos de teatro de las escuelas. ⊙

la valore como algo afirmativo y que incluso la entienda como una válvula de escape que hace aguantable la presión social. Sin embargo, su fuerza subversiva se sitúa antes del dominio de la protesta social, de la lucha por los derechos de los trabajadores, de huelgas y manifestaciones. Si las protestas sociales de los siglos XIX y XX atacaban la sociedad de clases al dirigirse contra algunos puntales del orden hegemónico, el carnaval renacentista cuestiona el orden simbólico del mundo en su totalidad: privó de su intangibilidad al sistema mítico del miedo cósmico con su repertorio de sanciones (cielo, infierno y purgatorio) y sus rituales de penitencia.

No se pretendía aún la consecución de un orden mejor, sino llevar al absurdo la normalidad presente del mundo. Los medios estilísticos de lo carnavalesco son las desviaciones grotescas de lo existente. El «mundo al revés» del Gran Carnaval no consiste simplemente en una inversión de las estructuras del poder. La desviación de la que surge sobrepasa tanto las estructuras del poder como su inversión. Aboca todo el orden dominante del mundo al remolino de la risa salvaje. En esta risa se abren los discursos, se disuelven verdades irrefutables, las cosas adquieren significados nuevos y múltiples: el Gran Carnaval propaga la verdad de la relatividad de la verdad. La persona que ríe se mueve en un mundo intermedio,

Una playa para Barcelona

A medida que se acerca el año 2004 cada vez son más los que preguntan qué es la OFICINA 2004. En realidad no se sabe muy bien. El nombre apareció por primera vez, y de forma pública, en la okupación de una antigua delegación de Hacienda, en la calle Avinyó de Barcelona, al final de una gran manifestación. Después de aquella fecha se han sucedido extrañas intervenciones que han ridiculizado el poder institucional. Incluso, durante la okupación de la Plaça Catalunya en 1999, la autollamada OFICINA 2004 se permitió regalar una playa a Barcelona. No se sabe si existe todavía o si se ha disuelto en el aire. O si atacará de nuevo (⊙ movimientos sociales).

en el que ni se adapta del todo a la cultura restrictiva ni opta por la agresión abierta. Cuando llegue el momento, acabará de decidirse. Aún no desiste de la vida que sólo puede continuar en el seno del mundo existente, pero tampoco renuncia al presentimiento de otro en el juego de la inversión carnavalesca. Allí reinan la antijerarquía y una alegre relatividad de los valores, una divertida anarquía y desprecio de todos los dogmas; allí se muestra la multiplicidad de perspectivas. Así, la risa pone un segundo orden por encima del mundo, y este segundo orden le resulta a la personas tan comprensible como el oficial, habitual y cotidiano. La actitud de la risa salvaje no es en sí misma una revuelta contra el poder, pero hace posible la revuelta.

Batchin no describe el carnaval del Renacimiento como contracultura, sino como «cultura híbrida», que se encuentra en intercambio con la cultura oficial, se distancia de ésta y se diluye a la vez en ella. Él parte de un entrelazamiento indisoluble del carnaval y de una versión grotesca y paródica de la cultura oficial. La risa salvaje es al mismo tiempo interior y exterior, comprende elementos del orden reinante y construye a partir de él un nuevo sistema de signos, una nueva explicación del mundo. Es precisamente lo híbrido del carnaval lo que dispersa el sentido sobre el que se fundamenta la cultura de lo unívoco. Dado que la risa y lo grotesco se funden con la cultura oficial, no resultan fáciles de prohibir, de sacar de la circulación, de eliminar. Y es justamente en la fusión de cultura popular y cultura superior donde presiente el peligro el viejo monje Jorge de Burgos, en la obra de Eco *El nombre de la rosa*: «Si algún día alguien forjara un arma cortante del arma de la risa, entonces la retórica de la convicción se vería sustituida por una retórica del escarnio..., entonces el erupto y el pedo se arrogarían lo que sólo corresponde al espíritu, a saber, volar por donde quiera». La Risa Salvaje siempre ha tenido y tiene que ser atajada por el poder, puesto que su lenguaje sólo funciona si se toman en serio sus discursos cerrados llenos de amenazas terribles, soluciones únicas (hoy en día: condicionantes ineludibles) y verdades inequívocas. Ésta es la razón por la que la Iglesia católica, la única verdad divina del renacimiento, intentó repetidas veces prohibir el carnaval: «Puesto que la risa es el pasatiempo del pueblo llano, entonces se debe limitar al máximo, humillar y amedrentar la libertad del pueblo por medio de la seriedad» (Eco, 1986). Es por eso que, en la obra de Eco, el viejo Jorge en tanto que guardián del poder se tiene que convertir en enemigo de la risa. Y es por eso también que se detuvo a Koshe Koster en los tiempos de los ⭘ *provos* de Amsterdam, sólo por repartir pasas entre los

Eco, Umberto: *El nombre de la rosa*, Barcelona, 1983

Provos

Una playa para Barcelona ...



paseantes –una acción más entre otras muchas aparentemente inocentes, pero peligrosas por su humor, que en su conjunto avivaban las dudas sobre el carácter absolutamente correcto del estado de cosas existente. La Risa Salvaje es peligrosa, tanto para aquellos que la viven como para el poder.

El Dios de la Edad Media y la «fortaleza Europa» del presente son ambos indicios del miedo del súbdito ante el señor, significantes del orden mítico del miedo. A partir del desaparecido libro sobre la risa, que constituye el trasfondo de la novela de Eco, podría «desarrollarse una nueva y destructiva ansia por superar la muerte liberándose del miedo». En consecuencia, en la novela tiene que mantenerse en secreto todo conocimiento acerca de la risa salvaje –y tal vez también en la realidad de nuestro mundo.

Aun cuando oficialmente está permitido reír, en Maguncia o en cualquier otro carnaval, allí se mantiene rígidamente el simulacro del «hay que divertirse» que separa el placer y el humor del sufrimiento, la guerra y la muerte: ni en el trajín del carnaval actual ni en el colorido teatro de los 57 canales de televisión hay sitio para el mundo de las ambivalencias e inseguridades. Así, por ejemplo, en el año de la Guerra del Golfo, cuando en los media y fuera de ellos se convocaba al gran ritual del miedo cósmico, se suspendieron las fiestas de carnaval. No fue necesario prohibirlas, puesto que en todo aficionado al carnaval habló la voz de la moral y le prohibió la improcedente mezcla de risa y sufrimiento.

En los tiempos de la risa salvaje, el conocimiento de un acontecimiento apocalíptico semejante hubiera sido seguramente ocasión de celebrar el carnaval más extático y desbordante jamás vivido. Puesto que la Risa Salvaje se refiere al mundo entero y abarca la muerte, el sufrimiento y la opresión. Sobrepasa los límites de la conveniencia. La risa salvaje es colectiva; el carnaval de la risa salvaje es como una representación sin escenario, en la que los espectadores actúan y los actores miran. En la turbulencia de la risa salvaje se disuelven los límites entre cada uno. Esto es lo que se pudo sentir cuando, en 1975, en Bolonia explotó el Gran Carnaval, impetuoso, violento y desbocado: había vuelto la fiesta de la crisis y contra la crisis, liberada del corsé del folclore, llena de ímpetu, rebeldía, desenfreno y libertinaje. Aun cuando haya desaparecido otra vez, dejó sus huellas en la memoria colectiva.

Y el menosprecio del orden cultural, que prefiere la retórica del escarnio a la del convencimiento, quedó de manifiesto cuando un grupo de jóvenes perturbó un acto de los Republicanos, no de una manera militante o repartiendo octavillas, sino celebrando una fiesta estrepitosa en sus inmediaciones.

Una playa para Barcelona .





«¿Qué es dada? ¿Arte? ¿Filosofía? ¿Un seguro contra incendios o una religión estatal? ¿Es dada energía auténtica? ¿O acaso es nada, es decir, todo?» Al menos hay una cosa segura: «Dada» es «un tónico reforzante del cabello» de la firma Bergmann & Co de Zúrich.

El dadaísmo fue fundado en un pequeño bar de Zúrich, el Cabaret Voltaire, en 1916. Se encontraba a unos pocos pasos de la vivienda de Lenin por aquel entonces. En cualquier caso: el conflicto entre práctica antiautoritaria y leninismo fue dejado para más adelante; no hay ningún indicio de que los protagonistas de entonces hubieran trabado conocimiento. Había dadaístas en Berlín, Colonia, Hannover, París y otras grandes capitales europeas. La invención de un pequeño grupo se convirtió en una corriente artística de renombre. Como tal practicaron el conocido juego de las escisiones, polémicas y luchas partidistas que luego sería perfeccionado por los situacionistas (○ Internacional Situacionista) y los ○ *neoístas*.

Resulta difícil, al ponerse a considerar a los dadaístas, no empezar a prorrumpir insultos: los de Zúrich eran un puñado de narcisistas burgueses que consideraban geniales hasta sus ideas más idiotas. Kurt Schwitters era un señorito integrado, y Max Ernst brilló ante todo por sus agrias polémicas contra los dadaístas berlineses –de los cuales al menos algunos asociaron su arte de manera concreta con ideas políticas. En síntesis: el dadaísmo y la mayoría de sus representantes, según parece, no eran ni especialmente solidarios con nadie ni pacifistas ni revolucionarios, como gusta de presentarlos la historiografía del Arte.

Schuhmann, Klaus (ed.): *Sankt Ziegenzack springt aus dem Ei. Texte und Bilder zum Dadaismus in Zürich, Berlin, Hannover und Köln*, Leipzig, Weimar, 1991.

Con todo: los dadaístas tuvieron un efecto revolucionario. Formularon una crítica del arte que iba mucho más allá de diferencias de estilo o de pintura o escritura y que contenía una profunda crítica social. Al sentido del arte le opusieron la poesía del azar, y elevaron a principio artístico el empleo de hallazgos hechos en la vida cotidiana. De aquí surgió por ejemplo la poesía simultánea, declamada y presentada por varias personas a la vez y que puede constar de sílabas, ruidos, alaridos y lamentos. La teoría dadaísta afirma también que «el contrario del sentido no es el sinsentido, sino el sentido invertido», y formuló así una primera variante del concepto de guerrilla de la comunicación.

Las formas de disertación de las dadaístas perseguían chocar y provocar al público. Bluffs, engaños e insultos conducían no pocas veces a escándalos, que los dadaístas valoraban, por su parte, como éxitos clamorosos. En el mejor de los casos, se producían situaciones en las que no se podía excluir el uso de la violencia por ambas partes. El «Manifiesto de Berlín» anunciaba: «Queremos: excitar, trastornar, blufar, fastidiar, matar a cosquillas, ser confusos, inconexos, impetuosos y negacionistas».

En relación con la Revolución de Noviembre, al final de la Primera Guerra Mundial, los dadaístas berlineses

No es la risa satírica, ni la risa amarga del nosotros-ya-lo-sabíamos o el hay que divertirse lóbrego lo que aporta valor y sosiego, no es la risa arrogante de tontos-son-los-demás la que hace peligrar el orden de cosas reinante. Mientras que la risa sea, en el mejor de los casos, un bombón para la práctica política de la izquierda con el que la sufrida militante se endulza el final de la jornada, no resulta amenazadora para nadie ni tampoco para los que ríen. Pero cuando la actitud de la risa salvaje se convierte en parte inherente de toda actuación y pensamiento, cuando la risa se sale de sus reservas valladas y ataca el orden simbólico de las cosas, entonces desarrolla su fuerza subversiva: entonces la guerrilla divertida de la risa salvaje es algo más que un juego fútil, entonces se habrá sembrado ya la semilla del cambio. ¿Cómo crear una actitud así, cómo convocar el Gran Carnaval? Quien no quiera encontrar una respuesta al final, tendrá que buscarla al principio.



¿Guerrilla de la comunicación, guerrilla artística o qué?

Paneles publicitarios y documentos artísticamente falsificados o creativamente modificados, configuración del espacio público con medios artísticos, numeritos teatrales sorpresa en actos electorales o en el día a día de la calle, crítica bajo el ropaje de formas artísticas –con tanto arte se impone la pregunta por la relación entre guerrilla de la comunicación y el medio artístico y por su concepto de arte.

El arte produce significado. Según el lugar que se les reserve a las obras artísticas en el discurso hegemónico, tendrán un efecto afirmativo o subversivo. Esto no nos dice nada acerca de su calidad. La guerrilla de la comunicación no se interesa por la calidad del arte según los criterios de la historia del arte, sino por la utilidad de sus medios estéticos para una práctica política subversiva.

Hay ideas esenciales de la guerrilla de la comunicación que provienen de grupos artísticos como la ○ *Internacional Situacionista*, y que fueron desarrolladas y probadas por ellos enfrentándose a las ideas tradicionales de arte. El hecho de que surgieran allí –y no en las reuniones y discusiones de los círculos políticos– formas de acción llenas de fantasía y no convencionales se debe, en parte, a la localización social del mundo artístico. Allá resulta posible pensar más allá de un canon político de izquierdas reconocido y no considerar nada imposible; éste, al contrario que la mayoría de las organizaciones de izquierda, constituye un espacio en cuyo

Disolución policial del Congreso Dadaísta Mundial

En numerosos diarios alemanes y suizos apareció en enero de 1920 el artículo de un tal K. F., que informaba de acontecimientos increíbles en el primer Congreso Mundial de los Dadaístas que supuestamente había tenido lugar en Ginebra (Serner, 1982). Éste tuvo un final inesperado, según escribe el periodista K. F.:

«Fue disuelto por la policía y, sin duda alguna, tendrá consecuencias judiciales para muchos de sus participantes. Y hay razones para ello. Puesto que la broma (o la sátira o la gamberrada o la locura) se había llevado, ciertamente, demasiado lejos. Se produjo un

proclamaron el final del arte («sí que se dispara»). Veían su fantasía y rabia mejor acogida en un «terrorismo estético-carnavalesco» que en el arte. Fueron sobre todo Grosz y Heartfield, del grupo de Berlín, los que desarrollaron ○ montajes y collages como formas de expresión de crítica social.

Los irrespetuosos dadaístas no esperaron pacientemente hasta ser objeto de la atención pública; se dedicaron simplemente a inventarse artículos sobre espectaculares acontecimientos dada y los colaban en los diarios con seudónimos (○ invenciones). Cuando algunos notables de Hannover, preocupados por la moral, hicieron colgar en 1920 carteles con los diez mandamientos y la apostilla «No os equivoquéis, Dios no permite burlarse de se», también Kurt Schwitters demostró dominar a la perfección los pronombres reflexivos al dedicarle poemas de amor a una tal Anna Blume: «Animalillo pobre, te quiero a te». Esta virtuosa persona sería luego candidata de un partido inventado: «¡Votad a Anna Blume! M.P.D. = Merz-Partei Deutschland = Mehrheitspartei DADA» (= Partido por la abolición de Alemania = Partido de la mayoría DADA).

La valoración que se pueda hacer de los dadaístas en sí mismos no es tan importante, puesto que lo que cuenta es el mito dada en el que ya empezaron a trabajar con empeño los primeros dadaístas en los años 20. La destrucción y reconstrucción de lo normal y cotidiano, la alegría por la experimentación desconsiderada y la desvergüenza con que los dadaístas se valieron de los media ejercieron una gran fascinación sobre movimientos políticos posteriores en Francia, Italia, la RFA y los EEUU, los cuales opusieron a la política dominante concepciones antiautoritarias y libertarias. Las intervenciones como las de los letristas en la misa solemne de Pascua en la catedral de Notre-Dame, en París, parecen directamente inspiradas por las provocativas acciones de Baader en el Reichstag, en la calle y en la catedral de Berlín. Allá dirigió una prédiga insultante: «Yo les pregunto, ¿qué les importa Jesucristo a ustedes? No les importa un pito».

Los paralelismos entre los ○ *yippies* y los dadaístas no se dan sólo en cuanto a la hábil instrumentalización de los media, sino también en formas de actuación del tipo «ensalzamiento degradante« (○ deterioro de imagen) al nombrar dadaístas o yippies a personalidades políticas.

Dada es anarquía, es la destrucción de construcciones de sentido burguesas y la invención de formas propias de expresión. Visto así, dada era un punto de referencia histórico del que también se apropiaron en 1968 la ○ *Kommune 1* y más tarde los mao-dadaístas italianos del entorno de ○ *Radio Alice* y ○ *A/Traverso II Male*: «Mao es un viejo dadaísta». Con lo cual, por supuesto, tenían razón. ⊙

Bergius, Hanne: *Das Lachen DADAs. Die Berliner Dadaisten und ihre Aktionen*. Werkbund-Archiv, Vol. 19, Gießen, 1993.

Siepmann, Eckhard: «Die Negation der Negation als brennender Weihnachtsbaum». En: Siepmann (red.): *Heiss und kalt*. Berlín, 1988, p. 641.

centro figura la creatividad del pensamiento y de la acción. En el interior de las organizaciones de izquierda, siempre pendientes de la línea del partido y del consenso, esta creatividad se ve asfixiada ya en sus inicios por las convenciones de la concepción política de izquierdas. «El aburrimiento siempre es contrarrevolucionario», habían afirmado los situacionistas. Para ellos el aburrimiento era una forma moderna de control. Ellos se permitieron analizar desde su propia perspectiva la «superestructura» siempre despreciada por la izquierda tradicional: «El espectáculo», escribió Debord, es «el capital que alcanza un grado de acumulación tal que se vuelve imagen». Para la IS, en el espectáculo la pasividad era a la vez medio y fin de un gran proyecto oculto, un proyecto de control social que no produce actores, sino espectadores. «La alienación del espectador respecto al objeto observado se expresa así: cuanto más observa, tanto menos vive; cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad, tanto menos entiende su propia existencia y su propio deseo».

Tales reflexiones, que conforman el fundamento de las formas de acción situacionistas, surgieron más de un saqueo que de una exégesis minuciosa de los escritos de Marx. El uso que hacen los situacionistas de Marx es el mismo que las guerrilleras de la comunicación pueden hacer de los situacionistas. Ellas ○ *tergiversan* las formas de acción situacionistas y no toman como referencia el arte, ni afirmativamente ni postulando un antiarte. La guerrilla de la comunicación es un intento de ampliar la política de izquierdas por medio del ataque a las convenciones estéticas del poder. Se apropia de los métodos creados en el marco de la vanguardia artística y los desplaza a contextos fuera del mundo artístico.

Debord, Guy: *La sociedad del espectáculo*, Valencia, 1999.

¿Por qué le da tanta importancia la guerrilla de la comunicación a su accionar fuera del mundo del arte? ¿Por qué las características del mundo artístico no sólo ofrecen la posibilidad de desarrollar ideas no convencionales, posiblemente incluso revolucionarias, sino que potencialmente también provocan el fracaso de un arte radical?

El mito burgués del artista encarna la libertad del individuo, la idea del genio que, liberado de limitaciones sociales, trabaja a partir de sí mismo y cuyas obras se han de apreciar desde un punto de vista puramente estético. Es por eso que, por regla general, los elementos políticos o de crítica social de las obras artísticas no son percibidos como ataques a situaciones sociales. Si el mensaje político no queda completamente absorbido por su estetización, acaba por convertirse, en el mejor de los casos, en una prueba de la apertura autocrítica de sus receptores. De esta manera, no sólo resulta inefectivo, sino que puede incluso contribuir a estabilizar aquel estado de cosas que se pretendía criticar. El efecto ideológico del mito de la artista no tiene por qué ser intencionado. Sería una tontería absoluta tildarla de cómplice del capitalismo. La

Disolución policial ...

violento intercambio de palabras entre Tristan Tzara, el fundador del dadaísmo, y el conocido filósofo dadaísta Serner, en cuyo transcurso de repente Serner desenfundó una Browning y disparó cuatro balas de fogueo contra Tzara, que tuvo la suficiente entereza como para tirarse inmediatamente de la silla. El efecto fue que la galería, con un aforo harto numeroso, no dudó de que se trataba de balas de verdad y entonces cundió el pánico que sólo pudo ser sofocado a tiempo gracias a la intervención rápida y perspicaz de algunas personas sensatas. Los cuerpos policiales que acudieron al poco tiempo, hicieron desalojar

Disolución policial ...

la sala y condujeron a Serner y Tzara a una comisaría cercana, desde donde —al salir en libertad tras un corto interrogatorio— fueron llevados a hombros, como señal de triunfo, hasta su hotel por los dadaístas que los esperaban en la calle. A los pocos días, para regocijo general del público, apareció en la Tribune de Genève un enérgico artículo (como anuncio pagado, por supuesto), [...] en el que se hacía partícipe a la opinión pública, en un francés muy burdo, de que el congreso, en una sesión secreta, había tomado la resolución de que el empleo de balas de fogueo en las discusiones dadaístas no sólo estaba permitido, sino

ideología resulta de las condiciones y mecanismos de la producción artística en la sociedad.

La consagración de productos creativos como obras artísticas se basa en códigos y acuerdos que sólo son «comprensibles» con una gran formación educativa. Una cantidad aún mayor de dinero es necesaria para adquirirlas. Por lo tanto, se necesita capital cultural y económico para presentarse como conocedor y amante del arte. Hablando panfletariamente: el arte no es libre, sino un mercado capitalista en el que se pone en venta la ideología de la libertad del individuo. No hay nada mejor que las obras de arte para hacer ostentación del estatus propio frente a clases sociales menos privilegiadas y alcanzar así beneficios de distinción. Los miembros de las clases subalternas no sólo no se pueden permitir esto, sino que ni siquiera estarían en condiciones de decidir qué hay que comprar para lograr el efecto de la escenificación de capital simbólico.

Se plantea la pregunta de si esta valoración también es de aplicación a las vanguardias del mundo artístico con sus concepciones artísticas críticas. Aun cuando muchos movimientos de vanguardia acaban por encontrar su lugar en el mundo artístico establecido, esta localización se ve precedida la mayoría de las veces por una fase donde no se puede contar con mucho reconocimiento y no existe la perspectiva de una reputación social. El objetivo declarado de dichos movimientos es, cómo no, la crítica del mundo artístico burgués y con frecuencia toman como referencia etiquetas políticas extremas. La «vanguardia» política vive de la estética radical; delimita un territorio en cuyo interior se fomentan las transgresiones de todo tipo para exponerlas con regularidad a la mirada del público. Puesto que hasta la transgresión más radical cuenta con la garantía de las estructuras del mundo del arte, se repite siempre el conocido mecanismo: la cultura superior produce y controla, entrando hasta en los procesos de formación de la vanguardia, su propia subversión. La práctica de la «transgresión» vanguardista no resulta subversiva en el marco de la función del arte como productor de capital cultural, sino que es desde un principio una parte integral del mundo del arte que aumenta el precio de mercado, el prestigio en el mismo o el reconocimiento institucional. El arte de vanguardia posibilita a los mecenas del arte diferenciarse de las clases medias que, entretanto, fluyen en masa hacia las exposiciones de arte moderno clásico.

También los lugares y contextos en los que se accede al arte determinan su recepción. En los museos, galerías, salas de concierto y teatros todo es posible; allá se puede escenificar y hacer consumible la realidad. El propio espacio reglamenta el acontecer y provoca que la ruptura del tabú se limite a proporcionar a las espectadoras el placer de verse conmocionadas. No les puede pasar nada, excepto que la camisa reciba un par de salpicaduras de sangre de cerdo; la confrontación con el horror no deja de ser un espectáculo, y tienen la certeza de poder emprender el camino de vuelta a casa a salvo y habiéndoselo pasado bien. Incluso los espacios alternativos, centros socioculturales, lugares de encuentro de la vanguardia que no sirven como sitios de representación burguesa y que, en parte, son escenario de política radicales y continúan vinculados de múltiples maneras con el mundillo de las exposiciones espectaculares. El reflujo de capital simbólico que significa para sus organizadores apenas es objeto de discusión. Si, por ejemplo, la Asociación de Artistas de Múnich organiza una exposición con motivo del veinte aniversario de la revista radikal, su efecto se limitará en el mejor de los casos a estetizar y remitir a una práctica que tiene lugar en otro sitio.

La crítica articulada artísticamente dentro del mundo artístico se comprende a sí misma muchas veces (como es el caso de los ○ *dadaístas*) como crítica radical de la sociedad. Sin embargo, su campo de acción es limitado y permanece condicionado por una estructura en la que se reproduce la (auto)comprensión de las artistas, desde un principio, justamente por su cuestionamiento. La «radicalidad» se encuentra comprendida *a priori* en esta estructura y no necesita siquiera ser integrada. La crítica del arte, en este sentido, no es otra cosa que el clásico mecanismo de reconocimiento para la vanguardia en el marco del mundo establecido del arte. Mientras que la artista haga del arte el portador de esperanzas de una nueva sociedad, estará recurriendo justamente al mito del artista que forma parte de la sociedad burguesa, o tal como lo formula Hauser: «Él [el arte] no puede ni ordenar ni anunciar la condena de su propio ocaso; si lo

NEOISMUS

El neoísmo es un experimento sobre el tema: «cómo construirse una corriente artística propia». Las neoístas deconstruyen los mecanismos del mercado del arte establecido y desarrollan una metodología para la producción de historia del arte, a cuyo fin se valen a la perfección de las técnicas de la autopropaganda artística, y al mismo tiempo llevan al absurdo los fundamentos de la concepción tradicional del arte. A diferencia de los situacionistas (○Internacional Situacionista), entre los neoístas la autohistorificación es un proceso consciente. Hasta la más ínfima acción neoísta es documentada pedantemente, de tal manera que la empresa artística puede ser alimentada con un impresionante árbol genealógico que incluye líneas principales y secundarias. Entre las herramientas de los productores de historia del arte de vanguardia figuran las escisiones. Y así, mientras que Stewart Home dio por finalizada la época floreciente del neoísmo tras el Festival Neoísta de 1985 en Ponte Nossa (Italia); otros neoístas, a su vez, organizaron en 1997 el «I Congreso Neoísta Mundial» para decidir cuál de las fracciones tenía mayor capacidad de imponerse históricamente. Los neoístas, en tanto que artistas vanguardistas, critican el culto burgués al genio propagando los ○ nombres múltiples que pueden ser empleados colectivamente por cualquiera. Los neoístas piensan que ningún autor, tampoco ningún autor neoísta, ha creado alguna vez algo original. Por eso hacen del plagiarismo un dogma. Roban

Marchart, Oliver: *Neo-dadaistischer Retro-Futurismus oder: wie Stewart Home die Avantgarde erfand.* http://www.t0.or.at/~oliver/sthome.htm

Dada

Disolución policial ...

que también era deseable, por resultar refrescante, pero bajo una única condición, que el que dispare adopte inmediatamente un tercer punto de vista nuevo. Será realmente interesante ver qué punto de vista adoptan los tribunales de Ginebra». El informe deja entrever que se trata de una farsa: se mencionan artículos de prensa que no son tales, y se anuncian resoluciones dadaístas que con bastante seguridad nunca fueron tomadas. Lo que el escrito no permite saber es que fue realizado por el propio Walter Serner con el

Disolución policial .

pseudónimo de K. F. Y lo que de verdad pasó en el congreso, si es que alguna vez tuvo lugar, quedará para siempre en la oscuridad de la historia. Pero no importa, puesto que esto es auténticamente dada.

—saltándose los derechos de autor— todo lo que les place, como, por ejemplo, la idea de una huelga de arte de tres años, que no sólo contribuyó a la popularidad del más destacado de los huelguistas, el artista londinense underground Stewart Home, sino que también dio pie a una amplia discusión acerca de la corruptibilidad del arte. El género vanguardista del manifiesto abre un marco para peticiones absurdas, expuestas con el marchamo de lo serio, como por ejemplo la abolición del capitalismo el domingo 24-3-1985, a las 15 horas. Esta seriedad muchas veces se ve contrariada por el empleo de paradojas, otro refutado medio estilístico de la vanguardia artística: «Todo lo que hemos conseguido a través de la ampliación de nuestra conciencia histórica (situacionistas, dada, fluxus) es la duplicación de la idea de que nuestra creencia en el cambio es, simplemente, una de las pocas cosas que nunca cambian». En uno de sus muchos manifiestos, los neoístas exigen la vuelta a valores premodernos, televisores en color y agua corriente caliente.

Home, Stewart: *Neoismus, Plagiarismus & Praxis*, Edimburgo & San Francisco, 1995.

Otros combinan piezas ideológicas intercambiables desde lo burgués y el ocultismo, pasando por el sexo, el romanticismo revolucionario y sentencias ecologistas hasta el fascismo (cfr. también ʘ London Psychogeographical Association). Por medio del plagio y el ʘ collage tal vez se llevan con mayor acierto al absurdo ideologías excluyentes y reivindicadoras de pureza que por medio de argumentaciones políticas esclarecedoras. Los neoístas le dan la vuelta a las ideologías al uso de una manera que en el lenguaje serio de la política podría ser tildado de calumniosa. Sin embargo, en tanto que vanguardia artística están protegidos, puesto que en cualquier momento pueden hacer de sus manifestaciones palabrería inofensiva. Este ʘ camuflaje conduce, por otro lado, a que los neoístas sean vistos con desconfianza o incluso ignorados por los grupos políticos «serios». ʘ

Home: *The Art Strike Papers*. ,Stirling 1991. (1995.)

Home.: *Neoist Manifestos*. Stirling, 1991.

Home: *The Assault on Culture. Utopian currents from Lettrisme to Class War*, Sterling, 1991.

hace, continúa existiendo. El criterio de su ocaso es su falta de funcionalidad». Tampoco la Internacional Situacionista (IS) pudo escapar a este dilema, aun cuando concibiera su arte como antiarte, puesto que en la medida en que dejaba el arte en el centro de sus reflexiones, no podía ponerlo en cuestión como instancia. Con su sueño de hacer del arte algo cotidiano perseveró justamente en los aspectos problemáticos, la genialidad de la artista y el poder absoluto del arte: «Por lo tanto, tendremos que pintar las calles del futuro con una materia pictórica inescrutable, jalonar la gran órbita celestial de señales que hagan honor a nuestra magnífica empresa. Allá donde las bengalas luminosas hacen hoy de señales pondremos nosotros mañana arco iris, fatamorganas y auroras boreales».

Hauser, Arnold: *Fundamentos de la sociología del arte*, Madrid, 1982.

El mito de la artista desarma la radicalidad en el arte. Por eso, la guerrilla de la comunicación no actúa, por lo general, en un contexto artístico. Pero precisamente por que al arte todo le está permitido puede también tener sentido situarse allí. La referencia táctica, por ejemplo, a formas del arte en acción puede ser un momento táctico para evitar la criminalización. Puesto que si uno esparce litros de sangre de gallina en una plaza pública o anuncia una masacre a punta de sierra mecánica, no tardará en hacer acto de presencia la policía. Sin embargo, si el espectáculo tiene lugar en un espacio reservado al arte, la gente paga entrada y el acontecimiento no aparece en un informe de la policía, sino en la sección de cultura de los diarios. Este mecanismo también puede ser empleado por una acción política de calle, en tanto que sus organizadores se remitan a la libertad artística, si se les echan encima los protectores de la ley o el fiscal. Lo importante es, sobre todo, que una no empiece a creérselo ella misma.

«Internationale Situationiste», Madrid, 1999.

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer

Preludio. Como cualquier otra nación, también Austria tiene a sus literatos cotizados: Handke, Jelinek, Roth y como se llamen todos ellos. Y para ellos también se ha creado una distinción, el Premio de Literatura Grillparzer. Después de que su otorgamiento por parte de la Academia de las Ciencias de Viena quedara suspendido desde 1973 por falta de fondos, se hizo un intento –muy controvertido desde un principio— por resucitarlo en 1990, con ocasión de la celebración del 200 aniversario del nacimiento de Grillparzer. La fundación del mecenas hamburgués y senador honorífico Alfred Toepfer puso a disposición

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer ...

210.000 chelines para dotar un premio anual. Ni el pasado fascista del senador honorífico ni el hecho de que la creación de su fundación había contado entonces con el apoyo del ministro de Propaganda nazi Goebbels supuso mayor problema para el Consejo de administración del Grillparzer. Este proceder fue objeto de discusiones acaloradas, ejerciéndose las críticas desde ascendentes políticos contrapuestos. Lo que para unos olía a conservación de las tradiciones nacionalsocialistas, a otros les parecía un insulto con dinero alemán del clásico austriaco Grillparzer. Al final, incluso se creó una asociación de

Loa de la guerrilla de la comunicación

«El movimiento estudiantil, visto en un contexto histórico-social determinado, junto con el dadaísmo, el surrealismo, la Internacional Situacionsita, el movimiento provo, la K 1 y los yippies, conduce posiblemente a la consecuencia de abandonar unas ideas sobre la revolución asociadas inseparablemente a un determinado desarrollo económico y, por lo tanto, estatal, respecto a unas sociedades capitalistas antiguas, que se encuentran en una tradición racionalista-materialista, es decir, científico-abstracta y, por consiguiente, política muy concreta.» (H.d. Heilmann, 1973, *Schwarze Protokolle* [Actas negras])

Posibilidades de actuación condicionadas por la situación

Para la guerrilla de la comunicación son de importancia crucial los contextos y situaciones en los que se actúa; el conocimiento preciso de las circunstancias locales respectivas es imprescindible para el buen resultado de las acciones. No es más que con su realización que las técnicas aquí descritas pueden devenir elementos de una guerrilla de la comunicación. Cuando las psicólogas utilizan la técnica de la «intervención paradójica» (○ *afirmación subversiva*) o cuando los estrategas de la publicidad intentan llamar la atención sobre un producto, las técnicas empleadas pueden ser formalmente las mismas que las aquí descritas. Sin embargo, las situaciones, contextos y objetivos son completamente diferentes.

La guerrilla de la comunicación no funciona como estrategia, sino sólo como táctica (○ *estrategia y táctica*). No puede tener lugar en un lugar «estratégico» fijo (por ejemplo, en los locales, periódicos, radios, etc., «propios»). Esto explica también por qué, por ejemplo, las radios libres o los periódicos alternativos son tan poco apropiados para acciones de guerrilla de comunicación. No obstante, sí que pueden ser la base para actividades semejantes, en tanto que sus colaboradores abandonen los lugares estratégicos y actúen siguiendo roles o identidades distintas (es decir, no como radio o revista tal y cual).

La efectividad de la guerrilla de la comunicación, además de por las condiciones locales, también se ve influenciada por el clima político respectivo y por las circunstancias sociales globales. Éstas determinan las condiciones generales de comunicación, bajo las cuales desarrolla su efecto y es recibida una acción concreta. A las autoras este concepto no les parece transferible. Aun cuando se hayan dejado inspirar por ejemplos de países muy diferentes y por sistemas sociales distintos, las reflexiones presentadas en este libro se fundamentan, sobre todo, en experiencias propias en las metrópolis de los países del capitalismo tardío. Aquí la cuestión de la represión tiene unas connotaciones muy diferentes que en dictaduras fascistas, sociedades de tipo soviético o Estados de la Periferia.

Im Kampf gegen Besatzung und „Endlösung". Widerstand der Juden in Europa 1939-1945. Ausstellungskatalog des Jüdischen Museums Frankfurt a. M. (Hg.). In Zusammenarbeit mit Arno Lustiger und Ingrid Strobl, Frankfurt, 1995.

Durante el nazi-fascismo, el ○ *distanciamiento* o modificación de mensajes, el comportamiento insubordinado en lugares públicos o la guarnición de monumentos no fue, desde luego, un simple juego con símbolos y significados. Los nazis ejecutaron abiertamente su cosmovisión racista y antisemita. No intentaron disimular el poder y la jerarquía, sino que los impusieron con violencia y terror. Incluso las pequeñas desviaciones respecto al lenguaje oficial podían ser valorados y castigados como una agresión directa contra el sistema. Cuando, por ejemplo, una pintada de las SA como «Los judíos son nuestra desgracia», se convertía al sobrepintarla en «Los judíos son nuestra gracia», esto no era visto sólo como la expresión de una opinión discrepante, sino que podía ser perseguido como un claro acto de resistencia. En vista de la rotundidad del domino impuesto mediante el terror, hasta la más mínima manifestación de vida disidente, subcultural o independiente significaba una crítica al orden establecido y significaba, por lo tanto, un acto de resistencia (no siempre intencionado).

Diferente fue la situación en sociedades del tipo soviético tardío como la RDA, cuyas estructuras de poder se mantenían en pie y se legitimaban mediante una ideología de igualdad y concordia. También allí se consideraba crítica al sistema pequeños cambios en la ○ *gramática cultural* dominante. Sin embargo, a diferencia que durante el nazi-fascismo, no fueron tratadas automáticamente como un ataque abierto. En el socialismo de Estado paternalista, los detentadores del poder no podían responder represivamente a las enormes diferencias entre ellos y las ciudadanas. Esto hubiera implicado reconocer que algunas premisas centrales del sistema, como la supuesta lealtad de las masas, no eran más que apariencia. Las discrepancias fueron obviadas en silencio o respondidas desde una posición de tutela paternalista, siempre que pudieran ser declaradas «apolíticas». Las actas sobre punks, por ejemplo, fueron archivadas en las sedes locales del SED (Partido Socialista Unificado de Alemania) en la carpeta de «asuntos especiales», junto con averías, incendios, epidemias y desgracias climáticas. Eran considerados una catástrofe, que

Cfr. Aktenplan für Bezirksarchive der SED.

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer ...

opositores al premio que desde noviembre de 1992 firma con el sello «Accionistas Anónimos». Su objetivo era provocar la caída del discutido premio. Primer acto. Poco antes de que se reuniese el jurado oficial para elegir al ganador del premio de 1993, varios diarios así como la emisora ORF recibieron un fax, en el que se citaba a un literato prominente, diferente según el destinatario, como el candidato elegido por el Consejo de administración del Grillparzer, y que también contenía un breve elogio de su obra. Estaba escrito en estilo oficioso y llevaba el membrete del rector de la Universidad

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer ...

de Viena, uno de los participantes en la entrega del premio. Numerosos autores y poetas recibieron los telegramas correspondientes, al mismo tiempo, con el ruego de confirmación inmediata de la aceptación del premio. A los dos días, como mucho, aun cuando en algunos casos (principalmente en Viena) ya se había reconocido el fake y había sido destapado como tal, la confusión era perfecta. En las secciones de cultura de casi todos los diarios a los que se había escrito aparecieron las noticias respectivas. Cada región tenía su propio literato premiado. A causa del gran número de premiados, de confirmaciones de aceptación del

en realidad no debería haber pasado y para la cual no había explicación alguna.

La obligación de imaginar una comunidad homogénea, leal y solidaria transformó rápidamente en auténticas acciones de guerrilla de la comunicación acciones habituales incluso en el marco predeterminado de una manifestación del 1º de Mayo. Quien en los años 70 llevara la pancarta con el lema: «Aprender de la Unión Soviética significa aprender a triunfar» enseguida era identificado como simpatizante del partido. Pero quien la llevara tras la *perestroika*, después de 1985, privaba de sus propias frases a la doctrina oficial del partido. Las pequeñas desviaciones en el marco de la gramática cultural dominante eran una posibilidad efectiva, bajo estas condiciones, de expresar disidencia y deslegitimar el poder sin tener que temer sanciones graves.

Muy diferente es la situación bajo el dominio de regímenes autoritarios y represivos en las sociedades de la Periferia con sus inmensas desigualdades sociales. Como demuestra el «teatro de los oprimidos» (○ *happening,* ○ *teatro invisible*) de Augusto Boal, aun cuando los métodos de la guerrilla de la comunicación pueden ser aquí una parte fundamental de la práctica política, los objetivos y puntos de partida de estas acciones serán diferentes que en las metrópolis imperialistas. Así, por ejemplo, determinadas formas de crítica del consumo (○ *consume your masters*) no tienen sentido o resultarían incluso cínicas, cuando una parte mayoritaria de la sociedad se ve obligada a vivir por debajo del mínimo de existencia.

Ópera metropolitana

El sistema de sociedad del capitalismo tardío, siempre modernizándose permanentemente a sí mismo, no necesita por lo general de la coacción directa o terrorista para mantener su dominio. El análisis crítico de las sociedades del capitalismo tardío realizado por Herbert Marcuse subraya que entre los fundamentos de las democracias burguesas representativas figura el de saber aguantar y re-integrar las opiniones discrepantes y las desviaciones culturales hasta un cierto grado de radicalidad. La crítica radical puede contribuir, bajo unas condiciones semejantes, a mantener una ficción liberal de diversidad plural, que no deja ver las estructuras institucionales jerárquicas y económicas desiguales. La guerrilla de la comunicación reacciona ante este peligro mediante un movimiento de esquivamiento. No formula

Marcuse, Herbert: «La tolerancia represiva». En: Wolff, Robert P. y ot. (ed.): *Crítica de la tolerancia pura*, Madrid, 1977

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer .

premio o bien del rechazo público del premio por varios autores, se tuvo que proceder a retrasar la entrega del premio. Las razones que adujo el jurado fueron que «todo se había convertido en una cosa delicada y peliaguda» así como que «la decisión se había hecho muy complicada». A partir de ahí un manto de silencio cayó sobre el Premio Grillparzer. Las actividades festivas previstas para enero se suspendieron, y lo único que quedó es una denuncia contra unos desconocidos. Para colmo de males, va el mecenas de 99 años Toepfer y se lleva el dinero de la fundación consigo a la tumba.

posiciones propias, sino que critica las reglas de juego aparentemente evidentes, normales y naturales, que determinan sin una represión abierta lo que está permitido y lo que no. Identifica estas reglas al nivel de la gramática cultural, de las convenciones y de las normas convertidas en vinculantes de manera no verbal, y las ataca mediante intervenciones momentáneas, inesperadas y, en consecuencia, difícilmente reintegrables.

En lo que a esto se refiere, hay un concepto político básico en la actuación de la guerrilla de la comunicación que podría ser definido como «sobreafirmación» (○ *sobreidentificación;* ○ *afirmación subversiva*) de la ideología reinante. Toma más en serio que el propio sistema la idea de un ciudadano que piensa con independencia. Las acciones de la guerrilla de la comunicación persiguen, por lo tanto, la deslegitimación de las normalidades aparentes. Allá donde las convenciones habituales aparecen como naturales y definitivas, nos remiten a su construcción social y nos muestran así también su carácter modificable. El mercado aparentemente libre de las opiniones funciona, entre otras cosas, porque apenas si se cuestionan las normas y reglas que lo fundamentan. Atacarlas y formular reglas de juego propias significa acercar la chispa a la mecha de la subversión.

La sociedad capitalista sabía y sabe cómo absorber desarrollos contrarios. En la actualidad su fuerza se basa más en la integración de desarrollos subculturales o disidentes que en su opresión. Esta capacidad de adaptación, sin embargo, también significa que la guerrilla de la comunicación sólo puede funcionar si se cuestiona continuamente y analiza las condiciones sociales de cada momento para encontrar siempre nuevas posibilidades de intervención.

Crítica de la crítica de la guerrilla de la comunicación y reflexiones sobre una resignación precipitada

¿Cómo se puede reconocer si la guerrilla de la comunicación ha golpeado con éxito o no? Tomando como trasfondo el desarrollo social presente, se formulan diferentes objeciones en cuanto a sus posibilidades de efectividad; con frecuencia sus acciones son descritas como política simbólica y se le piden éxitos mensurables. La guerrilla de la comunicación no es ninguna estrategia con el objetivo de desvencijar el sistema y tomar el poder. Es importante tener en cuenta este límite, y por esta razón no tiene evidentemente sentido exigir capacidad hegemónica a las tácticas de la guerrilla de la comunicación. El pensamiento de izquierdas, tanto en su versión

El censo de población: se descontaron

En 1987, en relación con un censo de población muy polémico, en numerosos buzones de la RFA aparecieron cartas de apariencia oficial con el membrete de la administración local. En seco lenguaje administrativo se les exigía a los ciudadanos y ciudadanas que destruyeran los formularios del censo de población en su poder, puesto que lamentablemente algunos de los repartidos contenían algunos errores de impresión. A la semana siguiente el municipio distribuiría nuevos formularios. Muchos no se lo acabaron de creer y llamaron a las oficinas del Ayuntamiento para asegurarse de que los escritos fueran

Cfr. Marchart, Oliver: ÜSubkulturindustrie. Mediensubversion, -Guerilla, -Sabotage, -Störung, -Dissidenz, -Piraterie, -Hijacking und andere Techno-Theorien». En: *Spezial. Zeitschrift gegen Kultur und Politik*. nº 103, 1996, pp. 76-81.

de juego socialdemócrata como en la marxista-leninista, siempre ha medido la política siguiendo criterios de conquista del poder y capacidad hegemónica; ¿pero acaso puede ser el objetivo de una política emancipadora conquistar el poder y la hegemonía o participar uno mismo de alguna manera en los manejos de un bloque hegemónico? No hay ningún ámbito social que consiga escapar por sí mismo a las estructuras del poder: ni el arte, ni el mundo subcultural de la música pop, ni la escena autónoma. Puesto que el poder se produce y reproduce en todas partes, también la destrucción de la legitimación y del funcionamiento del poder y de la estructuras de dominación tiene que acometerse desde un «micronivel». Esto no es «la» revolución, pero posiblemente su condición previa. La guerrilla de la comunicación puede hacer tambalearse, atacar y deslegitimar la naturalidad de las pretensiones de dominio y el supuesto orden natural del poder en la actual fase de restauración social. Puede contribuir a abrir de nuevo el espacio en el que se articulen ideas discrepantes sobre las relaciones sociales e intervenir en procesos de discusión relevantes. No es, sin embargo, un remedio seguro contra la incapacidad de hegemonía de la izquierda. Esto se debe a los contenidos, es un problema doméstico no superable de manera tecnicista.

No es casualidad que este manual haya surgido en un momento en el que ni se puede distinguir una base social amplia para un proyecto emancipador (algunas llaman a esto la base de las masas) ni se prevé una revolución de ningún tipo. De momento nos conformamos con lograr habitar zonas temporalmente autónomas. Y si la CSU empieza a hacer campaña electoral con prospectos electorales «fakeados», si la industria de la moda se come la tecnocultura o el punk o si se le ofrece un empleo de ministro a Eulenspiegel, entonces nosotros continuamos nuestro camino —al menos en el plano político— bajo una de nuestras múltiples identidades.

Una cuestión elemental es la de cuál es el «enemigo» contra el que actúa la guerrilla de la comunicación. ¿Acaso sigue existiendo algo así como «los que mandan» y su ideología? ¿Acaso se puede discernir aún un discurso hegemónico delimitado, o es que no existen más bien un número indeterminado de posiciones y cosmovisiones paralelas de manera que a nadie le extraña si se añade alguna más o si se cuestiona alguna de estas posiciones?

Hay una tesis en este contexto que viene a decir que las formas sociales dominantes entretanto se han diferenciado de tal manera que ya no se puede distinguir una gramática cultural de contornos definidos. Las situaciones sociales, según esta tesis, ya sólo son percibidas como una rápida relación de imágenes, conforme a una estética televisiva, y ya no son clasificadas atendiendo a puntos de vista y modelos de interpretación trascendentales. ¿Es que la guerrilla de la comunicación no es más que otro jueguecito postmoderno, recogida ecléctica y reunión aleatoria de formas, el final de la política, la disolución definitiva en el gran simulacro multicolor?

Una premisa de la guerrilla de la comunicación es que la confusión que introduce en la normalidad de una situación concreta conduzca más allá de ésta y pueda articular una crítica fundamental. Ésta resultaría inútil si las situaciones e imágenes permanecieran juntas sin relación alguna y sin ningún vínculo pensable. En todo caso, ésta es una visión futurista apocalíptica más que la realidad de la sociedad de las metrópolis. Justo en el momento en que se habla de tal fragmentación desde diferentes partes, vuelven a resurgir los modelos herméticos de nacionalismo, ya sea en la ex Yugoslavia, donde se etnifican los conflictos, o en la propia Alemania, en donde sobre la base del discurso de la fortaleza asediada se

El censo de población: se descontaron.

auténticos. Por supuesto que no lo eran. El primer objetivo de las imitaciones era perturbar el proceso del censo por medio de la destrucción del mayor número posible de formularios. Aun cuando este objetivo no se pudo alcanzar, la acción provocó que se desarrollase otra dinámica del fake: las autoridades tuvieron que enviar desmentidos a la prensa, se tuvo que hablar de ello. Las fakers respondieron con falsos desmentidos en los que se prevenía de falsos «censadores» (que eran auténticos en realidad). Imaginemos lo que hubiera pasado, si hubieran aparecido ciertamente formularios de encuesta bien

El censo de población: se descontaron .

imitados, de los que a su vez las autoridades hubieran tenido que prevenir a la población... Ése hubiera sido el momento en el que ni tan siquiera el ciudadano más voluntarioso hubiera sabido cuál formulario es el auténtico y cuál, según la voluntad de las autoridades, había de ir a parar a la papelera o a la Jefatura de Policía.

¿Nuevos movimientos sociales?



Aun cuando no haya sido objeto de una teorización sistemática, en el Estado español ha habido en los últimos tiempos una proliferación de acciones que, de manera más o menos clara, se sitúan dentro de las diferentes formas de actuación de la guerrilla de la comunicación. El desarrollo y multiplicación de estas acciones ha coincidido con la crisis de las formas tradicionales de militancia política (partidos y sindicatos), y ha ido en aumento conforme han crecido los diferentes movimientos que les han servido de base: movimiento antimilitarista (luchas por la insumisión, por la abolición del Ejército, contra la industria armamentista, contra la OTAN), movimiento de okupación (lucha contra la especulación y por espacios libres y autogestionados), movimiento ecologista (lucha contra el desarrollismo, contra el TAV, contra los embalses —Itoiz—), movimientos de solidaridad (con los presos ○ la Giraldilla solidaria , con la lucha zapatista), luchas de carácter anticapitalista (por la condonación de la deuda externa, contra el FMI, etc.). Pocos son, sin embargo, los grupos o personas que se han dedicado a reflexionar sobre estas formas de actuación. Una excepción sobresaliente es el caso de la ○ *Fiambrera Obrera*, que con sus intervenciones «artísticas» abren entre nosotras perspectivas realmente nuevas sobre posibilidades de intervención en la vida pública (○ la Alameda, ○ calle Desalojadores). Las Olimpíadas de Barcelona (○ cobis NO'92, ○ circular del alcalde de Barcelona) y la Expo de Sevilla fueron ocasiones señaladas para las guerrilleras de la comunicación. Su labor (○ una playa para Barcelona) tiene continuidad en grupos como la

Indiani Metropolitani

Oficina 2004 de Barcelona, nacida como contestación al proyecto de Barcelona, capital multicultural en el 2004: «Las Olimpiadas del 92 impulsaron la modernización capitalista de la ciudad, pero sobre todo fueron una operación de ingeniería social dirigida a crear un modelo de participación ciudadana (el voluntario). Dicha construcción del "buen ciudadano" se asentaba en la glorificación de la identidad (Barcelona, Cataluña...) y en el 92 como horizonte de sentido. Ahora, con el 2004 quieren repetir la operación pero dando un paso más. Con el 2004 nos van a vender además la idea de multiculturalismo, de tolerancia... presentando, en definitiva, Barcelona como la ciudad de las diferencias. Nosotros también queremos contribuir a los festejos del 2004 y, por esa razón, nos hemos constituido en OFICINA. En otras palabras, queremos darles la oportunidad de que si son tan tolerantes nos reconozcan en tanto que diferencia. Por supuesto, nuestra diferencia no se deja representar y además tiene mala leche. (¡Qué le vamos a hacer, esta sociedad nos ha hecho así!) Miles de ojos acechan en la noche. Al Otro siempre lo desaloja el Mismo. Volveremos.»

Los movimientos que han demostrado mayor dinamismo, por lo que a su intervención «guerrillera» en el espacio público se refiere, han sido el movimiento antimilitarista (⊙ ¡a que no me pillas!, ⊙ gandhis okupas, ⊙ preservate del ejército) y de okupas (⊙ el Ayuntamiento okupa, ⊙ desalojan al president, ⊙ carta a los políticos, ⊙ el gegant de la ciutat), así como los nuevos movimientos de resistencia contra el paro y la precariedad social, que con sus semanas de acciones, bajo el lema «Rompamos el silencio», intentan encontrar vías de intervención que permitan abrir al conjunto de la población nuevas lecturas de la realidad.

«La desobediencia civil a la ley, pública, colectiva y consciente, ha sido la herramienta de la que se ha dotado el movimiento a lo largo de estos casi 30 años. [...] Plantea en lo básico una confrontación entre legalidad y legitimidad [...] no aceptando pasivamente la respuesta represiva o legalista del Estado y sus instituciones, sino por el contrario instrumentalizando los mecanismos del propio poder en su contra, en una especie de jiu-jitsu político (en muchas ocasiones el simple hecho de aplicar la ley se convierte en una tarea imposible) [...]. Estas campañas de desobediencia civil tienen sus momentos de mayor visibilidad pública en las llamadas acciones noviolentas. [...] Éstas suelen buscar paisajes militaristas, como cuarteles, fábricas de armas, gobiernos militares, tribunales, desfiles, etc., como escenarios donde representar simbólicamente el rechazo social al Ejército y visualizar la represión ejercida por éste, al utilizarlos para que los desobedientes "provoquen" su detención. Encadenamientos, ocupaciones temporales, "rebautizos" de instalaciones militares, colocación de pancartas, "strip-tease" en plena jura de bandera, cadenas humanas, ayunos, encarteladas, demoliciones simbólicas, etc., han constituido momentos de recuperación de la calle como espacio netamente político y verdaderamente público, donde se rompe la dualidad activista-espectador e incluso la propia policía tiene que someterse al "papel" que le asigna la organización del acto.» (Escrito del Moviment d'Objecció de Consciència [MOC] de Valencia)

lanzan consignas de resistencia nacionalista que pretenden transmitir una imagen cerrada de Alemania. En este contexto se sitúan también las orientaciones religiosas como el fundamentalismo protestante occidental y el islamismo, cuyas cosmovisiones cerradas se pueden interpretar según los contextos políticos.

Tampoco allí donde se observa una fragmentación real de los discursos políticos se encuentran huellas de azar. En vez del gran discurso hegemónico único aparecen muchos discursos pequeños de carácter local y similares en su estructura; la estructura de los discursos del poder y de la opresión no ha cambiado esencialmente. La guerrilla de la comunicación actúa, bajo las circunstancias reinantes, con frecuencia «sólo» al nivel de la micropolítica local. De esta manera intenta hacer aparecer una crítica fundamental al poder y a la opresión, aun cuando ésta no sea formulada explícitamente. La guerrilla de la comunicación, por lo tanto, no es una despedida de la crítica (ideológica) a fondo para apostar por el azar. Sí que intenta, no obstante, ser consciente de sus posibilidades limitadas, en vez de considerar la actuación propia, en plan fanfarrón, como la «verdadera» política «correcta» y «revolucionaria».

En la discusión en torno a la «política simbólica» se manifiesta muchas

Preservate del Ejército

En otoño de 1998 un grupo de antimilitaristas valencianos se encaramaron a una de las garitas de vigilancia a la entrada de Capitanía General para colocar un gigantesco preservativo gigante de unos 4 metros de altura por 3 de diámetro. Ante la estupefacción de la Policía Militar, que custodiaba el lugar, el profiláctico fue desplegado correctamente y protegido contra agresiones por un círculo humano. Unas 40 personas se sumaron al acto con pancartas con lemas como «¿Quién nos protege... de los ejércitos?» o «Preservate del Ejército». Se quería denunciar de esta original manera el Consejo de Guerra que ese mismo día tenía lugar en La Coruña contra el insumiso a los cuarteles Jesús Belascoain.

veces la crítica de que las prácticas que sirven de referencia a la guerrilla de la comunicación llevaron a cabo una estetización inaceptable de la política. A esto le sigue el reproche de «jugar la carta del fascismo», puesto que también el nazi-fascismo estetizó a fondo su política. Dejando de lado que los nazis se apoderaron de prácticamente todo lo que les pareció útil para su éxito, y que llevaron a cabo su estetización recurriendo a todos los medios de poder e infraestructuras pensables, con esta crítica se realiza una distinción que contrapone una política simbólica a una política «substancial» auténtica que resulta absurda en sí misma. La política es siempre simbólica. También los conflictos sociales que, por ejemplo, se expresan en huelgas necesitan buscar una representación cultural de sus contenidos. La guerrilla de la comunicación no lleva a cabo una estetización de la política, sino que se toma en serio los momentos estéticos de la política e intenta volverlos en contra de sus creadores.

Farber, David: *Chicago '68*. Chicago/Londres, 1994, p. 225.

La guerrilla de la comunicación no describe ningún movimiento, sino una actitud esencial respecto a la acción política. Los grupos y movimientos presentados en este manual tienen sus prácticas e historia(s) propias y su propio presente. No han escrito siempre páginas de gloria, desde luego, y tenemos que

Preservate del Ejército



preguntarnos a fondo hasta qué punto sus interpretaciones erróneas y sus equivocaciones tienen que ver también con sus formas de representación y acción. No es objetivo de este libro estilizar en iconos adorables a los grupos presentados para revivir y dar continuidad acrítica a sus prácticas.

Aun cuando el final de estos grupos se vio marcado, en parte, por una represión estatal masiva, como en el caso de los ○ *Indiani Metropolitani* o también de la Autonomia Operaia —se realizaron más de 700 detenciones—, queda la pregunta de por qué los que quedaron desaparecieron en su mayoría de la arena política o se engancharon y fueron a desaparecer, como muchos ○ *provos*, en el mundo de la droga. Probablemente aquí se muestra un problema especial de los grupos que ponen la «diversión» en el centro de su práctica política. Cuando se pierde la posición política y el contexto colectivo de actuación, estos postulados se estrellan en algún punto intermedio entre la miseria individual, la psicoterapia y la familia nuclear. Numerosos grupos se pelean o se dividen —tan habitual en la izquierda— hasta tal punto que se hace imposible cualquier práctica política común. Esto no fue siempre un gran mal. Los movimientos sociales que se han entendido como cultura juvenil se acabaron, forzosamente, con la juventud de sus protagonistas; éste es un problema general de los movimientos subculturales.

Provos

Sin embargo, también dejaron tras de sí huellas y mitos. Dejaron su marca en una cultura política que puede servir a grupos venideros como fundamento de posibilidades de resistencia política y, en última instancia, puede hacer posible cierta continuidad en la práctica subversiva, aun cuando cambien las condiciones, los lugares y las personas.

¡Ninguna revolución sin juerga, ni juerga sin revolución!

La guerrilla de la comunicación es una forma defensiva de práctica política, y hoy en día se deciden por ella pequeñas agrupaciones temporales que no pueden movilizar una «base masiva» y que, por lo tanto, no tienen más remedio que desarrollar formas visibles de intervención pública con un esfuerzo mínimo. Las acciones aquí reunidas bajo la etiqueta de guerrilla de la comunicación tampoco necesitan de masas para su realización, sino de grupos pequeños que actúan con gana y conocimiento en un contexto social. El reverso de la medalla es que muchos de estos grupos, precisamente por no haber tenido que luchar por una masa amplia de seguidores, tienen un cierto toque elitista incómodo (los situacionistas, desde luego los dadaístas, también los pranksters).

El discurso de año nuevo del Canciller federal

Una noche de Nochevieja de mediados de los años 80 había al principio pocos telespectadores, pero por supuesto sí que estaba el Sr. Canciller federal, horrorizado al ver aparecer en la pantalla su discurso de año nuevo. Un(a) faker hasta ahora no identificada había cambiado «sin querer» las películas y había puesto el discurso del año anterior. Nadie se dio cuenta de ello, por supuesto. Justamente ésa era la crítica: ¿qué sentido tiene que el importante señor Kohl, con cara de importancia, nos suelte cada año el sermón anual en casi todas las pantallas de televisión del país? Seguro que ningún sentido

En resumidas cuentas, todavía nos sigue pareciendo casi imposible definir exactamente el concepto de «guerrilla de la comunicación». Nuestra experiencia nos dice que de todas maneras cada una acaba interpretándola como quiere. La palabra clave «comunicación» es un lugar común que, al igual que «información», se convirtió en palabra de moda para describir la realidad social. El concepto de «guerrilla» está tan poseído por fantasías políticas que toda la izquierda radical lo quiere hacer suyo para su práctica (y algunos no nos perdonan que lo hayamos sacado de sus contexto social-romántico).

Lo que es de verdad la guerrilla de la comunicación —una flipada, una nueva práctica antigua, un canto de cisne de la izquierda, la aurora de la revolución—es algo que tendrán que determinar las lectoras del libro por sí mismas. Haciendo una interpretación libre de Bertolt Brecht, acabamos nuestras reflexiones con una arenga de despedida patética: Apreciado público, vamos, búscate tú mismo el final, tiene que haber uno bueno, ¡tiene que haber uno!, ¡tiene que haber uno!



El discurso de año nuevo del canciller federal .

de contenido. Como en casi todos los fakes, las consecuencias casi siempre quedan abiertas. Hay muchas variaciones pensables: desde la constatación de que «importa un carajo lo que diga», pasando por la exigencia de «apagar a Kohl» o la socialdemócrata-reformista-ilusa de «dotar de mayor contenido a los discursos de año nuevo», hasta la de «es tiempo de emisión para todos».

Manual

de guerrilla de la comunicación

CONSULTOR PRÁCTICO PARA EL TRATADO DE DOLORES LOCALES Y GENERALES







cómo acabar con el mal





Advertencia a las lectoras

Lo que se intenta con este libro es algo paradójico. Aquí se presentará de manera muy seria la teoría gris de una práctica que no solamente pretende ser subversiva, sino también placentera y divertida. Las autoras están hasta las narices de la práctica exclusiva de escribir octavillas insípidas y del dogmatismo (extendido también entre los autónomos) de la izquierda que a lo sumo nos permite reírnos del cabaret político. En lo demás hay que demostrar siempre que llevamos a cuestas todo el dolor y toda la injusticia del mundo. Queremos huir de la práctica política que mide su propia importancia por el grado de abstracción o por el gesto de seriedad de sus resoluciones. Puede que esta imagen sea injusta o exagerada. Pero ya nos conocemos: la mala conciencia que nos invade cuando, en vez de currarnos por fin aquel texto teórico sobre la tergiversación, nos pasamos dos noches bailando; la moral del trabajo que nos obliga a permanecer pálidas ante el monitor (por mucho que nos guste escribir), en vez de tomar el sol —a pesar del agujero en la capa de ozono— en la piscina; la escrupulosidad con la cual revisamos unas expresiones para comprobar si se atienen a la línea políticamente correcta. Todo eso nos es muy familiar.

«¿Acaso la mejor subversión

«No hay una vida correcta en lo falso». No obstante, a muchas nos gustaría vivir una vida no supeditada a los conceptos de competencia y de rendimiento y que, además, resulte atractiva. La guerrilla de la comunicación tal vez podría ser un medio para tal práctica.

Un exceso de análisis y estructuración, de conceptualización y delimitación de diferentes principios, métodos y técnicas puede restarle encanto hasta a la más bonita de las acciones. Precisamente por esta razón, contamos también muchas historias de acontecimientos sin despiezarlas para no convertirlas en teoría seca e indigesta. Sin embargo, sería igualmente fatal ver en las concepciones teóricas que aquí se proponen un manual de reglas a seguir, y encerrar así la propia práctica en un corsé que ya no deje lugar a deseos, placeres y diversiones incontroladas. Y aunque no haya unanimidad acerca de las valoraciones o los ejemplos propuestos, este libro se propone a la lectora como caja de herramientas que ofrece palabras, metáforas e imágenes y que anima a reflexionar sobre posibilidades similares en la propia práctica. Hacer eso en sí mismo ya contribuye a desarrollar la práctica propia. Y ésta es también la mejor contribución que se puede hacer a una futura teoría de la subversión.

Sobre la guerrilla de la comunicación

La política radical de izquierdas y la crítica de la sociedad tienen fama de querer realizar su deseo de una política emancipadora ante todo por medio del esclarecimiento racional y la proclamación de una verdad única. Las autoras de los textos aquí recopilados no disponen de una verdad tal que se podría inscribir en sus banderas y con la cual podrían machacar a las demás gentes de izquierda o a los no creyentes.

Con el concepto de guerrilla de la comunicación invitan a experimentar otras formas de hacer política que —a pesar de pertenecer ya desde hace tiempo a la práctica de los grupos de izquierdas— muy a menudo han sido subvaloradas como bromitas poco serias al margen del verdadero trabajo político. Este *Manual de guerrilla de la comunicación* aborda estas formas de práctica política subversiva, sus condiciones, posibilidades y límites.

Las autoras no van a reproducir aquí las controvertidas discusiones que se han producido una y otra vez por diferencias en la manera de pensar, por el enfrentamiento entre conceptos marxistas y anarquistas, entre conceptos económicos tradicionales y de teoría discursiva, entre la crítica del eurocentrismo y la preservación en unos valores universales. Por el momento, han acordado ubicarse conjuntamente en el lugar poco seguro de la crítica de la situación actual. A raíz de las dudas siempre presentes y conscientes del condicionamiento histórico de nuestros propios proyectos políticos tradicionales, hemos sentido la necesidad de desarrollar prácticas politicas que correspondan, por un lado, a la situación actual pero que, por otro lado, no renuncien de forma irreflexiva a planteamientos básicos de la izquierda no dogmática de los años 70 y 80.

Aparte de nuestra postura irreconciliable con las formas de producción capitalista, con las estructuras de poder y las formas de socialización que desprecian al ser humano, teníamos y tenemos otro punto de partida en común: el descontento con una práctica política de la izquierda radical que anda dando tumbos entre la militancia estricta, la política realista pragmática y la pura crítica ideológica. El malestar frente a estas formas tradicionales de política de izquierdas, que parecen ser excluyentes, ha aumentado en una fase histórica donde se oyen por todas partes quejas sobre la crisis de la política de izquierdas y donde se manifiestan claramente los puntos débiles y los problemas de sus

no es la de alterar los códigos

Los viejos maestros

A la izquierda no le queda otro remedio que volver a dedicarse un poco más al estudio de los clásicos. Para contrarrestar las numerosas simplificaciones del pensamiento de Marx nos vemos en la obligación de recordar una práctica de los fundadores del comunismo científico suprimida, por razones obvias, en la mayoría de los cursillos sobre marxismo. Cuando Karl Marx publicó en 1859 su obra Crítica de la economía política simplemente fue ignorado por los más destacados especialistas en economía política de Alemania. Para evitar que El Capital sufriera el mismo destino, Friedrich Engels y otros organizaron justo después de la

Los viejos maestros .

presentación del libro la publicación de recensiones y comentarios en diferentes periódicos y revistas. Para romper la «conspiración burguesa del silencio», Engels escribió bajo seudónimo críticas despiadadas de El Capital en la prensa burguesa, obligando de este modo a los economistas políticos a pronunciarse. Hasta julio de 1868 se publicaron por lo menos 15 recensiones ficticias en periódicos burgueses. Por tanto, Marx y Engels nos enseñan ya que lo importante de una noticia no es su contenido, sino más bien el solo hecho de que dicha noticia salga a la luz.

en vez de destruirlos?»

Roland Barthes

conceptos políticos y sus formas de actuación. Partiendo de dicha situación, las autoras de este libro discuten caminos y condiciones para una práctica que ya no (mal)entiende «la militancia» en un sentido militar, pero que tampoco quiere entrar en la alternativa falsa de la «pura crítica ideológica» o de la «política realista pragmática».

Si nos centramos en el ámbito intermedio entre la política esclarecedora y la intervención simbólico-cultural y si atacamos las formas políticas de izquierdas que se visten a menudo con una seriedad casi protestante, queremos que se entienda esta crítica como una crítica solidaria y dirigida también a nosotros mismos. En un ambiente social que no ha cambiado a favor nuestro desde los años 70 —más bien al contrario— nos gustaría contribuir a una ampliación de las formas de hacer política de izquierdas. Va en aumento el peligro de que la utopía de una sociedad diferente no sólo será desechada por ilusoria, sino que ni siquiera podrá ser ya pensada.

La guerrilla de la comunicación ni facilita una concepción teórica impermeable ni unas reglas fijas y exactas para el desarrollo concreto de una práctica política. Este concepto surgió de la exigencia de unir en la reflexión nuestras distintas prácticas políticas y nuestra teoría de la crítica social, de interrelacionarlas y de hacer que los dos procedimientos se estimularan mutuamente, en vez de servirse de uno sólo con el fin de atacar al otro. En el tiempo que estuvimos escribiendo nuestras propias reflexiones y las ideas y acciones de otros, se desarrollaron nuevas ideas para acciones propias y campos de intervención que, por su parte, dieron pie al desarrollo de palabras, conceptos y teorías.

La concepción de la guerrilla de la comunicación forma parte de un proceso donde se critican las relaciones sociales de dominio como, por ejemplo, el nuevo y el viejo nacionalismo, el sexismo/patriarcado, el racismo y las formas de producción capitalista vinculadas con éstos; se analiza la normalización de tales relaciones de dominio a nivel de los discursos sociales y de las formas de ○ *gramática cultural* y se formulan propuestas de cómo cuestionarlas.

La guerrilla de la comunicación quiere socavar la normalidad y la pretendida naturalidad del orden imperante. Su posible subversividad consiste, por de pronto, en el intento de cuestionar la legitimidad del poder abriendo de esta manera otra vez el espacio para utopías. Su proyecto es la crítica de la no-cuestionabilidad de lo existente. Dicha subversividad pretende transformar los discursos cerrados en situaciones abiertas, cuestionando la normalidad mediante un inesperado factor de confusión. Cada acción mirada por sí misma constituye sólo una forma momentánea y aislada de transgresión. Pero a medida en que los grupos políticos van abriendo espacios en vez de cerrarlos o fijarlos, se crean posibilidades para visiones y pequeñas anticipaciones de una alternativa a la sociedad actual. En esos momentos de repente es posible que los sujetos actúen de otra manera que de costumbre, que desarrollen prácticas cuya experimentación les haga cambiar no sólo lo que dicen, sino también lo que hacen.

En la búsqueda de tales formas de intervención, las autoras se han dejado inspirar por personas, grupos y movimientos que han reflexionado sobre la relación entre poder, lenguaje y subversión, entre arte, técnica y política. En el imaginario árbol genealógico de lo que en este libro se considera guerrilla de la comunicación, se encuentran unos antecedentes tan diversos como la Internacional Situacionista, el movimiento del 77 de Italia, la Comuna I de la República Federal de Alemania, los yippies, los *culture jammers* y los *billboard bandits* de EEUU o los psicogeógrafos de Francia, Italia e Inglaterra. El análisis de dichos grupos, de sus formas de acción y de sus posiciones políticas no sólo ha influido en la práctica de las autoras, ampliándola de múltiples maneras, sino que también nos ha llevado a nuevas reflexiones teóricas. El resultado de esto es la teorización de principios, métodos y técnicas de la «guerrilla de la comunicación» en este manual, que no pretende canonizar la forma correcta de una determinada práctica, sino que pretende constituir una defensa de la guerrilla de la comunicación como forma de enfrentamiento político.

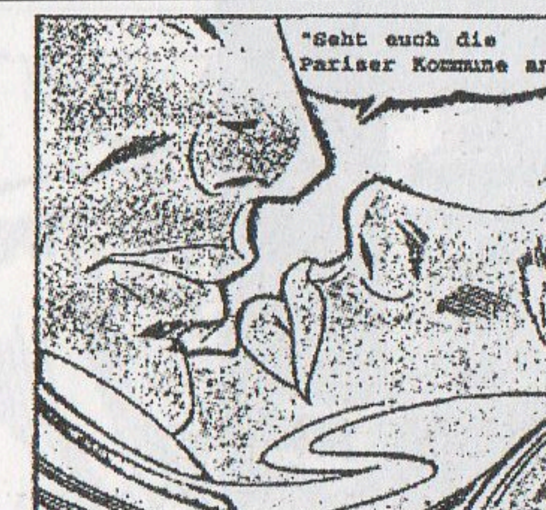
El concepto de guerrilla de la comunicación no sustituye en ningún caso la discusión sobre contenidos y formas de organización, ni acciones antifascistas, ni programas teóricos, ni nuestros propios medios de comunicación. Tampoco está en contradicción con una política de contrainformación. Este concepto, no obstante, parte de la idea de que unos contenidos políticos no se aceptan exclusivamente por su veracidad y corrección, sino que una política radical de izquierdas siempre ha de tener en cuenta las condiciones de la

¡Va de retro!



«Sí al sexo en las escuelas de Baviera (CSU)»

© Internacional Situacionista



«Fijaos en la Comuna de París.»

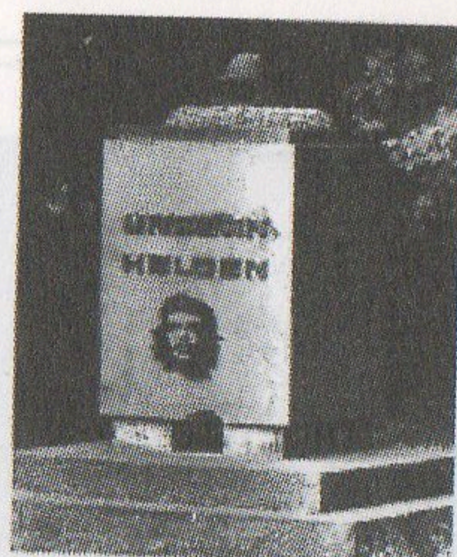
recepción política. Cuando el esclarecimiento no dé resultado, la guerrilla de la comunicación puede ser una táctica más efectiva; pero allá donde exista un grupo receptivo con el que queramos trabajar o mucha presión social hay que utilizar el esclarecimiento y la información, y a menudo las dos se solapan y se complementan.

La guerrilla de la comunicación es democrática en cuanto que confronta a las ciudadanas no sólo con algunas proclamas, sino que recoge las contradicciones y las experiencias de sus propias vidas e invita a reflexionar y actuar de otra manera a partir de ellas. Unas acciones concretas pueden hacer tambalear el consenso hegemónico por unos instantes y dividir la opinión pública burguesa en constelaciones cambiantes, no siempre previsibles, de personas atacadas, participantes y espectadoras. Mientras que las personas atacadas se ven confrontadas con unas formas de resistencia que las llevan a situaciones inesperadas y poco controlables, para las participantes involuntarias, las espectadoras y las indiferentes se manifiesta —en el mejor de los casos— una práctica social que no tienen que entender como un ataque frontal a su propia identidad, sino como una oferta placentera que les abre nuevos horizontes de reflexión. En este caso no hace falta definir exactamente quién es el que actúa y qué proclamas y conceptos se encuentran detrás de cada una de las acciones: la crítica resulta de la propia situación.

Las autoras se han decidido por el concepto de guerrilla de la comunicación porque todos los conceptos y todas las formas de acción que resumen se refieren a procesos de comunicación social: a la comunicación entre los media y las consumidoras de los media, a la comunicación en el espacio público o social, así como a la comunicación entre instituciones sociales e individuos. La comunicación abarca mucho más de lo que hace suponer la generalizada visión tecnicista: no se limita a los medios de comunicación de masas (*mass-media*) o a medios técnicos de comunicación como el fax, el móvil, el ordenador y el módem. Estos chismes que pueden ser útiles están, sin embargo, enormemente sobrevalorados.

Al menos igual de importante que los medios técnicos de comunicación son las formas cotidianas de comunicación «cara a cara» y las estructuras sociales de comunicación en las cuales se producen y reproducen continuamente las relaciones de poder. Actuar de forma diferente a lo previsto dentro de estas estructuras de poder de la comunicación social, sustraerse a determinadas formas de comunicación y de «diálogo», puede constituir una crítica clara y eficaz de estas estructuras de poder aparentemente normales. En algunas situaciones, el intercambio aparentemente razonable de argumentos puede ser expresión de aceptación de dichas estructuras: al articular una crítica dentro del margen de las estructuras de comunicación preestablecidas sólo se ayuda a estabilizar y legitimar,

Bremen, julio de 1981



«A nuestros héroes»

precisamente, las estructuras que se quiere criticar. Lo importante, pues, no sólo es lo que se critica, sino también el «cómo» de la crítica.

En nuestra decisión a favor del concepto de guerrilla de la comunicación ha influido —aunque no nos guste admitirlo— un cierto romanticismo revolucionario. A pesar de ello, la metáfora de la guerrilla resulta ciertamente apropiada para este proyecto, ya que la guerrilla no opera desde una posición visible como un ejército oficial, sino desde las sendas accidentadas y perdidas, alejadas de las grandes rutas. La guerrilla no necesita de muchas personas, aunque sí que depende de la complicidad o, por lo menos, de la tolerancia de la población. Su táctica se basa en el conocimiento del terreno. Actúa de manera local y en momentos puntuales. Las guerrillas actúan desde la clandestinidad y para evitar su captura se trasladan de sitio. No se presentan a la lucha abierta, puesto que tendrían pocas posibilidades contra la superioridad de las tropas «ordinarias». Trasladado al proceso de comunicación, eso significa que se escapan del margen preestablecido de estructuras de argumentación y tienen sus propias ideas de lo que es o no es conveniente. Cuando la guerrilla vence, deja de ser guerrilla, es decir, en ese momento deja de ser aplicable la metáfora, ya que el concepto de «guerrilla de la comunicación» no sirve para vencer en un sentido militar, para preparar el camino a una utopía clara y unívoca en el sentido del Estado perfecto o del no-Estado.

Umberto Eco utilizó ya la metáfora de la «guerrilla» cuando hablaba de unos intentos de crítica de los discursos dominantes no basados en la argumentación y la agitación. De manera parecida a su «guerrilla semiológica», la «guerrilla de la comunicación» representa una utilización e interpretación discordante y disidente de los signos. El concepto de «guerrilla de los media», en cambio, nos aleja bastante de lo que nosotros pretendemos hacer. Bien al contrario de la obsesión generalizada por los media, el concepto de guerrilla de la comunicación no se refiere solamente a la comunicación mediática, sino también a la comunicación e interacción «cara a cara» en distintos foros de comunicación.

Eco, Umberto: *Per una guerriglia semiologica*. En: Eco, Umberto: *Il costume di casa*,. Milán, Bompiani,

Respecto a la guerrilla de los media, cfr.: http://www.t0.or.at/~oliver/

SpassGuerilla, Münster, 1994 (Berlín, 1984).

En los ambientes culturales y políticos tanto dominantes como subculturales se encuentra siempre a gente que tenía o tiene en mente cosas parecidas a las de la guerrilla de la comunicación. Las autoras del presente libro se dejaron influir por la forma de actuar de la «Spaßguerrilla» (= guerrilla divertida) sin optar por este nombre, ya que la guerrilla divertida va unida de modo inseparable a una determinada constelación histórica y a determinadas personas; y con la actual tendencia al «hay que divertirse, ya que es lo único que nos queda», este nombre sólo conduciría a malentendidos. La idea asociada

© Internacional Situacionista



«Fue la dictadura...»

a este concepto de que la diversión en sí ya es subversiva, a las autoras les parece bastante cuestionable. Esta idea de la diversión se encuentra también en los «pranks» (= travesuras, bromas) de los *pranksters* que actúan principalmente en el contexto artístico de Estados Unidos, y en la «anarchic buffoonery» de Gran Bretaña. Las autoras, no obstante, tampoco claman por una lectura contraria, o sea, una lectura que afirme que la diversión no pinta nada en una política de izquierdas porque lo convierte todo en apolítico y arbitrario.

«Pranks!» *Re/Search* nº 11, San Francisco, 1987.

Law, Larry: *Buffo! Amazing Tales of Political Pranks and Anarchic Buffoonery*, Londres, 1988 (1985).

Expresiones como «cultural terrorism» o «artistic terrorism» (Kono Matsu) trabajan con la paradoja que resulta de la combinación de un campo de acción como el «arte» y la «cultura» con el concepto de «terrorismo». Mientras que los medios de comunicación italianos en seguida hicieron suya la idea del omnipresente «terrorista culturale Luther Blisset» sin relacionarla paranoicamente con bombas y ametralladoras, este concepto evocaría en la República Federal de Alemania todavía asociaciones con los años 70.

En EEUU y Canadá se habla últimamente mucho del concepto de «culture jamming» que quizás podría traducirse por «interferencia cultural». La expresión «Jam their lines» (¡Interferid sus líneas!) ilustra bien de lo que se trata. Las acciones del «culture jamming» se realizan a veces también bajo el nombre de «monkey wrenching» (*monkey wrench* = llave inglesa). Este nombre se remonta a la novela homónima de sabotaje ecológico de Edward Abbey y apunta claramente en dirección a actos de sabotaje materiales que a veces se combinan con intervenciones de la guerrilla de la comunicación, pero que no forman parte del centro de reflexiones de este libro.

Dery, Mark: *Culture Jamming*, Westfield (EEUU), 1993.

Mientras que la militancia militar y el sabotaje apuntan a una interrupción del canal de comunicación, la guerrilla de la comunicación entiende las formas mismas de la comunicación como prácticas de dominio. Utiliza las estructuras del poder tergiversando y apropiándose de sus signos y códigos.

Aunque aquí se separa la guerrilla de la comunicación de actos de sabotaje (daños materiales) o de una política emancipatoria de contrainformación, somos conscientes del papel que ambos juegan de una u otra manera en muchas de las acciones que vamos a describir. A menudo es la situación concreta la que acabará determinando cuál de las formas de acción les parece más idónea a las activistas; y normalmente serán ellas mismas las que lo decidan.

Este *Manual de la guerrilla de la comunicación* no puede ni debe ser tomado como un libro de recetas. Para favorecer distintas lecturas de los textos, hemos elegido una configuración en forma de collage. De este modo el libro puede ser usado al mismo tiempo

Campaña del censo de 1987



«Por cierto, yo tampoco me dejo censar.»

como una suerte de enciclopedia para determinados temas y planteamientos y como proveedor de ideas para acciones políticas. Las palabras señaladas con un ○ remiten a una explicación más detallada en otra parte del libro. En la bibliografía sólo salen libros y artículos que nos parecían interesantes desde nuestro punto de vista. Una bibliografía más amplia así como algunas contribuciones que no hemos podido incluir en este libro pueden encontrarse en nuestra página de internet (ver listado al final del libro). Nuestra intención es convertir esta página en un archivo de la guerrilla de la comunicación.

http://www.contrast.org/KG

La lectora se encontrará con tres clases de textos, a los que corresponderán diferentes tipos de letra.

En el texto central encontrará las descripciones de los principios, métodos, técnicas y herramientas comunicativas de la guerrilla de la comunicación, así como textos que intentan situarla teóricamente y que discuten su importancia en referencia a una práctica emancipatoria y de cambio social.

En el texto superior se describen prácticas, corrientes y grupos que desde su teoría y práctica tienen alguna afinidad con la guerrilla de la comunicación. Claro está que estas descripciones cortas no pueden hacer justicia a toda la complejidad de dichos grupos. Algunos grupos, por ejemplo, nos parecían sugerentes por sus métodos, pero no coinciden en absoluto con las convicciones de las autoras. Hemos aceptado esta contradicción. En todo caso resulta más provechoso dejarse inspirar por ellos y apropiarse de lo que nos pueda servir, que insistir siempre en sus divergencias respecto a la línea correcta.

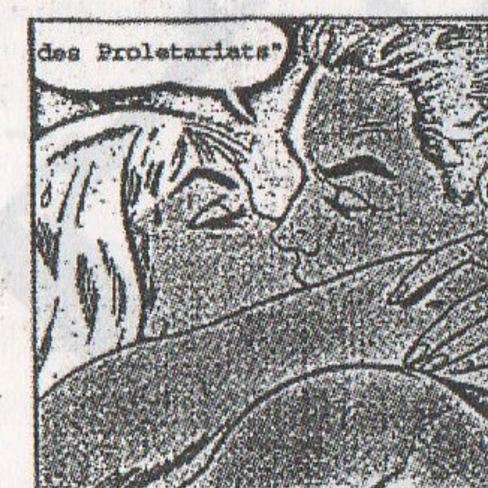
Virus editorial
Aurora, 23, baixos
08001 Barcelona
93-441 38 14
t./fax: virus@pangea.org

afrika@contrast.org

Y es por eso que en la parte inferior de las páginas hemos incluido textos elegidos para divertir y sorprender, a la vez, a las lectoras. Este manual no está completo y por eso rogamos a todas las que echen algo de menos que nos remitan a nuestra dirección electrónica sus comentarios, aportaciones, descripciones y desacuerdos (las descripciones de acciones, a poder ser, como archivos añadidos) para que siga creciendo el archivo de la guerrilla de la comunicación.

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe, luther blissett, sonja brünzels

© Internacional Situacionista



«... del proletariado.»

Gramática cultural y subversión

A continuación abordaremos una cuestión muy simple: ¿Cómo es posible que la gente de nuestra sociedad acepte con tanta naturalidad las múltiples relaciones de poder y de dominio? ¿Por qué razón estas relaciones son consideradas algo normal y generalmente no son cuestionadas? ¿De qué manera pueden introducirse interferencias y confusiones en este consenso social que existe respecto al ejercicio del poder?

Las más diversas instituciones sociales se encargan de que aprendamos ya desde pequeñas cómo integrarnos y someternos a las relaciones de poder y de dominio. En la escuela —uno de los lugares más importantes de socialización—, por ejemplo, muchos conceptos de la ideología dominante ya están incorporados en las materias a tratar. Se enseña, por ejemplo, la teoría dominante referente a la historia, los conocimientos generales necesarios, el sistema social de valores y normas. Pero más allá de estos contenidos abiertamente conformes al sistema, se enseña en un sentido mucho más amplio a los alumnos cómo integrarse en la normalidad de relaciones de poder y dominio. Aunque se pueda cambiar, de vez en cuando, el orden de cómo sentarse en clase, sigue la obligación de respetar la forma vigente en cada momento. Aun poniendo las mesas en forma circular, la autoridad del profesor se demuestra por el hecho de que él puede levantarse, pasearse y hablar con los alumnos en cualquier momento. Un orden de comunicación frontal y unilateral determina quién decide sobre la manera de aprender —es decir, la profesora— y quién tiene que adaptarse —es decir, los alumnos—. La secuencia exacta de las horas lectivas se hace obligatoria a través de señales acústicas. A eso hay que añadir la configuración arquitectónica del edificio y de su entorno con sus aulas, salas de especialidades, salas de profesores prohibidas para los alumnos, así como la división de los alumnos según categorías de edad y conocimientos mediante exámenes y notas. En este marco es absolutamente normal que el profesor se plante delante de las alumnas y les de la palabra a la hora y sobre el tema que él determine, pues parece ser que sólo este procedimiento posibilita un transcurso regular de la enseñanza. De este modo, no sólo se restablece cada vez la autoridad del que manda, sino también el mantenimiento del sistema de autoridad y subordinación como único camino posible para organizar las relaciones sociales.

En el marco de las reglas y de las convenciones escritas y no escritas de la escuela, los que aprenden y los que enseñan practican diariamente unos comportamientos que sirven también en otros ámbitos sociales para mantener un orden basado en relaciones de poder. La totalidad de tales reglas la denominamos *gramática cultural*. Mediante unos pocos ejemplos se puede ilustrar cómo este sistema de reglas de la gramática cultural produce y reproduce el poder y el dominio y cómo normaliza formas de comunicación jerárquicas. Y lo hace no solamente bajo presión externa, como en la escuela, sino también en gran medida en contextos determinados por una misma: la gramática cultural no se respeta exclusivamente por obligación, sino también conscientemente y por interés propio.

En reuniones de asociaciones, el presidente está autorizado y obligado a dirigir el orden del día, lo que pone de manifiesto su posición destacada frente a los demás. De esta manera, se hacen aceptables unas estructuras sociales jerárquicas, puesto que ésta es una manera normal de organizarse. Cuando se asiste a una conferencia, todos los participantes tienen claro que la ponente es una persona dotada de autoridad que determina los temas a discutir y a la que corresponde el derecho a hablar en solitario por lo menos durante la primera mitad del acto. Si bien las espectadoras han acudido voluntariamente, se considera que se comportan de forma correcta y no problemática sólo si están sentadas en dirección hacia la ponente, calladas y prestando atención.

Los actos electorales con políticos de los diferentes partidos —para contemplar un ejemplo de un contexto explícitamente político— transcurren según el mismo esquema formal que las conferencias. Estos actos ilustran de forma plástica un elemento central de dominio democrático-burgués: dicho dominio no se basa en primera instancia en la utilización abierta de la fuerza por parte del aparato estatal, sino en la producción de consenso. Con un sinfín de prácticas se mantiene la ficción de que este consenso es producto de una comunicación de igualdad («diálogo con los ciudadanos») entre los gobernantes y los gobernados acerca de las formas y prácticas del dominio. Al mismo tiempo, sin embargo, se asegura el funcionamiento inalterado del dominio por la manera en que se da esta aparente comunicación. El acto electoral se sirve, por ejemplo, de la forma cultural de la conferencia sin que se produzca en la rueda de preguntas una discusión de contenidos. Y es que el contenido de la conferencia misma no tiene gran importancia para el mantenimiento de la ficción de una producción de consenso entre iguales; el mensaje de todo el acto es sobre todo: vivimos en una democracia parlamentaria donde todos tienen el derecho a expresar libremente su opinión mientras lo hagan de una manera acorde con las reglas vigentes en este tipo de actos, y siempre que en lo referente al tema y a la elección de sus palabras se atengan a las convenciones socialmente aceptadas. Pero nadie nota que este derecho a la libre expresión ha quedado sin efecto, puesto que tanto los posibles temas como el modo establecido para discutirlos ya están predeterminados y limitados por el marco formal en el que se dan. Ya que dicho marco y sus reglas se han interiorizado y se ven como normales y naturales. Cuando el Canciller alemán —en medio de un centenar de antidisturbios y rodeado de guardaespaldas y del servicio de orden— llena la plaza del mercado con unos decibelios ensordecedores, demuestra con ello su cercanía al ciudadano.

El gegant de la ciutat

La Plaça de Sant Jaume de Barcelona acogía, como cada año durante las fiestas de la Mercé, su ya tradicional pasacalles de bestias. Se abren las puertas del Ayuntamiento y comienzan a salir de uno en uno los diferentes dragones, hidras y otras bestias fantásticas de las diferentes «colles» venidas de toda Cataluña. Las tracas y petardos atronan e iluminan la noche barcelonesa, y el público compuesto por familias enteras y personas de todas las edades disfruta del espectáculo y aplaude con fervor. De pronto, la «colla» del dragón de Nou Barris se retrasa —casualmente uno de sus integrantes es un joven recientemente

El gegant de la ciutat …

condenado, junto con otros catorce jóvenes, por haber okupado una dependencia municipal en protesta por el continuo desalojo de casas—, y este retraso es aprovechado por un gigante que pacientemente esperaba afuera su oportunidad para unirse a la fiesta: se trata de un punk enorme, de más de cuatro metros, con la clásica indumentaria y con el símbolo okupa en la chupa de cuero. Ya durante la mañana había provocado las delicias de los transeúntes cuando con sus enromes manazas había soltado algún pellizco cariñoso a los reyes y reinas del desfile oficial de gigantes. Las bromas y risas que provoca entre el público, que no

El Sr. Ministro se dirige al pueblo

Una obra de la
COMISIÓN ELECTORAL DE LA CDU

con arreglos a cargo de
SONJA BRÜNZELS Y LUTHER BLISSET

y representada por el
GRUPO DE TRABAJO DE FORMACIÓN POPULAR DE
LA GUERRILLA DE LA COMUNICACIÓN

ESCENA

Viernes, 18 horas, amplia panorámica, en algún lugar de Alemania, principios de los años noventa. Sala de actos municipal. Una hilera de ventanas a izquierda y derecha. Se han colocado 150 sillas de cara al escenario elevado, dejando libre un pasillo en el medio. En un extremo del escenario, una tribuna de oradores con micrófono y mesa. Tras la mesa, tres sillas. En la mesa, una botella de agua pequeña y un vaso. A un lado del escenario, flores decorativas y más sillas. Al final del pasillo central, un micrófono de pie para el público.

Y esta ficción funciona hasta cierta medida. No obstante, es bastante ridículo interpretar tal demostración de poder como una posibilidad de comunicación, o sea, de intercambio recíproco e igualitario. Todo eso debería interpretarse más acertadamente como una escenificación de demostración y autoafirmación del poder. A pesar de ello, las espectadoras no viven necesariamente dichos actos en este sentido, puesto que la escenografía y el ejercicio de dominio implícitos en las formas de la gramática cultural normalmente no se perciben como tales.

En dichos rituales los espectadores no siempre son meros figurantes en la representación del poder. Los invitados a una recepción pública en realidad tampoco creen que hayan venido para escuchar las palabras importantes y clarificadoras del anfitrión. Los «distinguidos señores», impregnados de lociones de afeitar y vestidos con trajes de Hugo BOSS, y las «muy apreciadas señoras», con sus caros perfumes y envueltas en sus mejores vestidos de noche, saben perfectamente que se trata de afirmar la gramática cultural, es decir, se trata de ver y de ser visto, de exhibir la Cruz del Mérito y demás chatarra, de entablar y cuidar contactos, de ser presentado a personas importantes. En pocas palabras, en este marco preestablecido se trata de ponerse en escena de la forma más favorable para desempeñar tanto el papel de beneficiario como el de espectador en el espectáculo

El gegant de la ciutat …

sabe muy bien si forma parte espectáculo oficial, poco tienen que ver con la preocupación que su presencia provoca en el interior del consistorio: los antidisturbios de la Guardia Urbana se preparan ante un posible intento de okupación del Ayuntamiento. La tensión llega al máximo, cuando las bestias y dragones, una vez acabado su recorrido por la ciudad, vuelven a introducirse en el Ayuntamiento. El punk gigante hace incluso un amago de entrar, pero en el último momento desvía su camino —¡ni ganas de entrar allí!— para irse a disfrutar de las fiestas con una compañía más agradable, lejos de burócratas y mercenarios.

REPARTO DE PAPELES

Protagonista:
E l p o l í t i c o , *en este caso el Sr. Ministro de Defensa.*

Papeles restantes:
E l d i p u t a d o f e d e r a l d e l a C D U *de la circunscripción electoral.*
E l s e c r e t a r i o g e n e r a l d e l a C D U l o c a l .
L o s g a r a n t e s d e l o r d e n p ú b l i c o *(algunos señores corpulentos de civil, con cartera, encargados de salvaguardar la integridad personal del Sr. Ministro. Un par de guardianes del orden uniformados —en su versión más agradable, sin casco y sin porra). Un amplio servicio de orden de la agrupación local.*

E l p ú b l i c o :
Miembros de la Joven Unión. Rostros pálidos, bien afeitados y de pelo corto, con gabardina, camisa de cuello y corbata. Notables de la CDU del lugar, políticos locales de diferentes

del poder. La participación en este ritual, regulado por la gramática cultural, le permite al público no sólo cerciorarse de su vigencia, sino también participar en las relaciones de poder.

¿Qué es la gramática cultural?

La metáfora de la gramática cultural se remite a la lingüística. La gramática es el sistema de reglas en el que se basa el lenguaje. Es un sistema que aprendemos inconscientemente. Es la estructura que determina el uso y la interrelación de los elementos de los enunciados lingüísticos. Sin una gramática no es posible expresar contextos complejos, aunque muy poca gente reflexiona sobre la estructura sintáctica cuando habla su idioma. El respeto de las reglas gramaticales es una actitud normal y pocas veces cuestionada.

Llamamos gramática cultural al sistema de reglas que estructura las relaciones e interacciones sociales. Abarca la totalidad de los códigos estéticos y de las reglas de comportamiento que determinan la representación de los objetos y el transcurso normal de situaciones en un sentido que se percibe como socialmente conveniente. La gramática cultural ordena los múltiples rituales que se repiten diariamente a todos los niveles de una sociedad. Comprende también las divisiones sociales del espacio y del tiempo, que

El gegant de la ciutat .





fracciones trajeados. Sus señoras con vestido de gala. Cuatro soldados profesionales. Algunas ciudadanas y ciudadanos sueltos ávidos de información. El inexcusable y estrambótico fotógrafo de la localidad con un aparato fotográfico enorme (lleva su propio servicio de orden). Una joven mujer atractiva y vestida a la última moda. Algunos jóvenes, cuyas vestimentas correctas no acaban de cuadrar con sus cortes de pelo más o menos aventurados. Una mujer sensible de media edad, que se harta enseguida de todo.

El matrimonio Schulz: *La Sra. Schulz en traje. Tiene toda la apariencia de haber estado buscando ropa convencional del armario de ropa vieja. El Sr. Schulz en traje algo raído y con corbata. Pelo corto, aspecto burdo, con gafas y mirada ligeramente colérica.*

El matrimonio Schmidt: *La Sra. Schmidt en traje color beige, con un corte de pelo corto y esmerado y maquillaje discreto. El Sr. Schmidt en traje de confirmación algo arrugado, talla 54, y gafas de concha.*

LA OBRA ORIGINAL:

Un acto electoral de lo más normal. Se abre la sala. El público entra, se saluda, charla, la sala se va llenando poco a poco. El servicio de orden se pasea dando órdenes, la primera fila está reservada. La sala está llena. La espera, un murmullo sordo. El Sr. Ministro hace su aparición, acompañado del Sr. Presidente de la agrupación local y la Sra. Diputada. Entre su séquito, los señores con cartera. Los primeros suben a la tribuna y ocupan su sitio en la mesa, los últimos se sientan en las sillas reservadas de la primera fila. Se hace el silencio. Las miradas se dirigen hacia delante. El Sr. Presidente de la agrupación local saluda al público y a los notables presentes así como, agradecido, al Sr. Ministro. Subraya la necesidad del diálogo con los ciudadanos y la importancia de las cuestiones que se van a debatir en este acto. Cede la palabra y el púlpito de oradores al Sr. Ministro y se sienta detrás de la mesa. Un breve aplauso. El Sr. Ministro se dirige al púlpito. Un aplauso más largo. En este momento algunos intrusos pueden, oportunamente, hacer oír sus voces o sacar una pancarta y son expulsados con discreción de la sala. Ahora le toca el turno al Sr. Ministro. Tras tres cuartos de hora llega al final de sus elucubraciones. Un largo aplauso. El Sr. Ministro se sienta. El Sr. Presidente de la agrupación local le da las gracias y abre un turno de preguntas. Tras los primeros remilgos, algunos ciudadanos se dirigen al micrófono, superan —en su caso, con ayuda del servicio de orden— algunos problemas técnicos y plantean preguntas cortas. El Sr. Ministro responde de manera detallada y competente. Pasada otra media hora y tras unas cinco preguntas, toma la palabra la Sra. Diputada, lamenta que el tiempo pase tan deprisa y se despide tras dar las gracias a todos los participantes, en especial al Sr. Ministro, y a los invitados. Todos abandonan la sala de manera ordenada y satisfechos.

determinan las formas de movimiento y las posibilidades de comunicación.

A pesar de su rigurosa codificación, una gramática nunca está definitivamente establecida: expresiones coloquiales entran a formar parte del lenguaje culto, palabras de diferentes jergas se convierten en presentables, la gramática especial de los dialectos se adapta al lenguaje culto. De forma parecida cambia también la gramática cultural. Aparte del consenso acerca del buen comportamiento en la vida privada y en el espacio público, existen formas de autorrepresentación, de escenificarse, subculturales y específicas de determinadas clases sociales que no dejan de influirse mutuamente.

Gramática cultural y poder

A pesar de esta flexibilidad de la gramática en el sentido lingüístico y cultural, su sistema de reglas, sin embargo, no es en absoluto neutral, ni transformable, ni utilizable, ni fácil de aprender o accesible para todo el mundo. La gramática cultural, por el contrario, es expresión de relaciones sociales de poder y de dominio y sus reglas juegan un papel fundamental en su producción y reproducción. Como estructura interior penetra todo el espacio social y cultural, público y no público. A menudo, genera formas parecidas de comportamiento social en distintos lugares, en escuelas, asociaciones, en conferencias, en el lugar de trabajo, así como en los ámbitos no institucionalizados de la sociedad, en los bares, las familias y la vida cotidiana; pero al mismo tiempo regula sus propias desviaciones y diferenciaciones. Le da al ser humano la posibilidad de orientarse en el espacio social. Facilita indicaciones para actuar y, sobre todo, pone a su disposición determinadas interpretaciones de situaciones, lugares, textos y cosas. Pues los significados de éstos no son fijos, sino que cambian según el contexto: la cerveza en una boda es diferente de la cerveza en el estadio de fútbol; es una pilsen y se bebe en un vaso, mientras que en el estadio sólo hay cerveza normal en vasos de plástico. El trasnochado beso fraternal entre dos políticos poco tiene que ver con el intento de ligar en un bar; y un hombre en minifalda provoca asociaciones diferentes que una mujer con la misma vestimenta. Quien quiere comportarse de manera «normal» hace bien en no confundir los contextos y en interpretar convenientemente las formas culturales de expresión. Quien va borracho perdido a un acto electoral está tan fuera de lugar como el que va de bares con los amigos sin beber ni un trago. Las cosas y los comportamientos, las interacciones y los rituales constituyen signos, significan algo. El semiólogo Roland Barthes ha investigado el proceso de producción de significación a favor de la sociedad burguesa. Nos referimos a sus planteamientos teóricos porque nos ayudan a entender cómo la gramática cultural, aunque sea un proceso histórico, se ha convertido en un hecho

Carta a los políticos, jueces y demás autoridades

Apreciados Señores y Señoras:

Nosotros somos parte de eso que los medios de comunicación muy acertadamente han bautizado como «Jóvenes Ocupas». (Obviamos la K por respeto a la Real Academia de la Lengua y hacia Vds.) Nosotros somos hijos de esta ciudad a la que tanto amamos y que Vds. con esfuerzo loable van convirtiendo en cuna de hermosas tradiciones, crisol de culturas, ejemplo de civismo, solidaridad y tolerancia.

Nosotros sabemos de la tenacidad que Vds. están poniendo en resolver los problemas

Carta a los políticos ...

que hoy tiene la ciudadanía. Reconocemos y agradecemos su abnegada entrega.

Sin embargo, observamos apenados como este su esfuerzo resulta del todo insuficiente.

Es por ello que hemos decidido (perdonen la palabra) tomar las riendas de nuestra vida.

Es por ello que hemos decidido (perdonen una vez más) bajarnos del carro de la opulencia y del consumismo que deja tras de sí una estela de exclusión y miseria.

Es por ello que queremos colaborar en encontrar soluciones a problemas que tanto nos afectan. Es por ello que llenamos de vida espacios abandonados. Es por ello que ocupamos.

LA VERSIÓN REVISADA Y DE NUEVO ESCENIFICADA:

Todo transcurre como siempre, la sala se llena, la entrada de los protagonistas. Unas 25 personas mantienen una espera tensa, de lo cual por suerte no se da cuenta ni Dios ni nadie más. Cuando el Sr. Presidente de la agrupación local se dirige al púlpito de oradores y la sala se queda en silencio, una mujer de entre el público se levanta y toma en su lugar la palabra: el aire de la sala estaría viciado, se debería abrir una ventana. Se elevan algunas voces: ¡Dejen de fumar! (nadie está fumando). Un miembro del servicio de orden entreabre algunas ventanas. *Aplausos aprobatorios.* Una vez que todo se ha solucionado para satisfacción de todo el mundo, el Sr. Presidente saluda a los presentes así como al espíritu de la historia: «¡El comunismo está llegando a su fin!» *Aplausos incesantes. Aún más aplausos.* Cuando vuelve por fin a tomar la palabra y se la cede al Sr. Ministro, es interceptado antes de volver a la mesa por una mujer, sentada junto a la ventana: ¡Hace corriente! (*Murmullos aprobatorios*). Un miembro del servicio de orden cierra la ventana. Tras esta interrupción, toma la palabra el Sr. Ministro: «Vuelve a estar, donde le toca estar». *Un aplauso largo.*

El Sr. Ministro da las gracias. *Un aplauso más largo.* El Sr. Ministro vuelve a dar las gracias. *Un aplauso muy largo.* El Sr. Ministro no da más las gracias. *No hay aplauso.* El Sr. Ministro comienza su intervención. *De nuevo un aplauso incesante.* El Sr. Ministro, algo molesto porque ha perdido el hilo con tanto aplauso: que, por favor, cesen los aplausos, que le gustaría poder hablar. *El aplauso va languideciendo.* El Sr. Ministro habla sobre las

aparentemente natural, y cómo el poder se hace prácticamente invisible detrás de esta naturalidad.

Según Barthes un signo se compone de dos elementos: el que sustenta la significación, es decir el significante, y la significación por éste expresada, es decir el significado. Lo importante para el funcionamiento de la gramática cultural es que se pueden distinguir a menudo dos sistemas semiológicos: en el primer sistema, los significantes tienen una significación manifiesta expresada a través del lenguaje, es decir, un significado; de la relación entre significante y significado se extrae un sentido. En este primer sistema semiológico, la reunión de una asociación –con sus estructuras predeterminadas– tiene, por ejemplo, el sentido de regular de modo racional y efectivo los asuntos de esta asociación. En el segundo sistema semiológico, la reunión se convierte en pura y mera forma (formalismo), o sea en un significante. Ya no importa si se elige al señor A o a la señora B para la junta directiva, si la asociación hace su excursión anual a la Selva Negra o al Lago de Constanza. Lo único que importa en este caso es que la reunión transcurra de manera ordenada siguiendo las reglas de la gramática cultural, es decir, que la gente asista con vestimenta apropiada, que se mantenga la jerarquía entre la junta directiva y los socios, que todas se comporten según su

Barthes, Roland: *Mythologies*, París, 1970.

Carta a los políticos ...

Nosotros sabemos también que son muchas y muy importantes sus preocupaciones, sabemos que en sus despachos se les acumula el trabajo. Es también por ello que ocupamos, para aliviarles de una parte de la pesada carga.
No queremos que en ello se vea una actitud amenazante, sino bien al contrario, un espíritu de colaboración social, en ocasiones quizás no exento de cierta torpeza involuntaria debida sobre todo a nuestra extremada juventud, pero nunca mal intencionada.
Vds. deben esforzarse en comprender que es el amor el que guía nuestros pasos.

tropas alemanas. *No hay aplausos.*

Hay algo que no acaba de concordar con los aplausos. Siempre que alguien intenta expresar su aprobación mediante unas palmas vacilantes, el aplauso crece rápidamente. Cuando la intervención del ministro se hace especialmente prolija, recibe una ruidosa aprobación, lo suficientemente larga como para resultar irritantemente lamentable, pero no tan larga como para ser entendida como una perturbación voluntaria. Aun así, algunos oyentes se quejan y piden que cesen las palmas. No se ha venido a dar palmas, sino a escuchar. Eso opina también el Sr. Ministro, cuya cara comienza a alargarse hacia abajo. Los señores con cartera de la primera fila, en cambio, sonríen. Algunas voces pidiendo ¡silencio! aumentan el barullo. Como a pesar de todo algunos jóvenes siguen aplaudiendo, el colérico Sr. Schulz explota y se dispone a la acción. Su vecino de asiento lo intenta con una táctica de apaciguamiento: ¡Estáte quieto, so idiota, si no quieres liarla aún más! El Sr. Schulz prosigue impertérrito, pero su mujer consigue tranquilizarlo. El Sr. Schmidt grita: ¡la culpa de todo la tiene la televisión! El Sr. Ministro tarda unos 60 minutos en poder concluir sus disertaciones. Los aplausos son más bien escasos, ya ha habido suficientes con anterioridad.

Por fin comienza la tanda de preguntas. Tras el micrófono se forma una larga cola. Un miembro de la Joven Unión plantea una breve pregunta acerca de las responsabilidades del Ejército Federal. El Sr. Ministro responde de manera detallada y competente. Una mujer se refiere a las manifestaciones del Sr. Ministro acerca del tema «crisis». También ella tiene una

estatus. En este segundo sistema semiológico, que Barthes llama «el sistema del mito», la reunión de la asociación no significa sino la necesidad de aceptar el poder y de regular los procesos sociales de forma jerárquica. Y esta significación se transmite en innumerables situaciones diarias y normas de comportamiento usuales. En tanto que significantes del sistema mítico expresan la normalidad de las relaciones imperantes y, por consiguiente, la legitimidad del poder y del dominio.

En este sentido, la gramática cultural forma parte de una mitología de la cotidianidad donde el poder y el dominio se presentan como hechos naturales. Esta mitología está tan integrada en la vida humana que casi nunca se cuestiona. La gramática cultural no es tema para discusiones. Es difícil pensar una alternativa a las jerarquías y relaciones de poder que ya existen en las formas de comportamientos cotidianos, puesto que la gramática no sólo somete a los seres humanos a las relaciones imperantes, sino que les ofrece también propuestas de identificación. Aceptar dichas propuestas le abre a una misma la posibilidad de ejercer el poder por lo menos durante algunos instantes.

Carta a los políticos ...

Nosotros sabemos que Vds. en circunstancias excepcionales apelan a la ciudadanía para que se movilice en apoyo de la justicia.
Nosotros también queremos apelar a Vds. a la tolerancia, al civismo.
A Vds. les rogamos encarnizadamente:
No nos desalojen, porque si lo hacen tenemos que parar todas nuestras actividades, que son muchas, y luego volver a ocupar. Esto nos causa muchos perjuicios, nos cierra puertas a una colaboración social conveniente y nos apena muchísimo.

teoría acerca de las crisis: las crisis matrimoniales acontecerían sobre todo en primavera. Tal vez el Sr. Ministro, en tanto que experto en crisis, tenga algo que decir al respecto. El Sr. Ministro intenta mostrar su lado más humorístico, lo que no acaba de salirle bien. La joven mujer, perfectamente estilizada, se muestra preocupada por el futuro del Ejército Federal. Propone que los diputados federales solteros deberían donar su esperma sobrante a bancos de esperma, para reunir reservas para generaciones de soldados venideras. Un encargado del orden aparta bruscamente a la joven mujer del micrófono, y eso a pesar de que la pobre lleva un brazo enyesado. A una señora de aspecto grave este trato le parece demasiado y toma a la chica bajo su protección.

El Sr. Schmidt salta de su asiento y grita con el rostro enrojecido: ¡esto es culpa de la televisión! Un encargado del orden le ruega, temeroso y muy educadamente, que abandone la sala. La Sra. Schmidt se pone histérica: ¡Sin violencia! ¡Al fin y al cabo vivimos en democracia! El encargado del orden se resigna y vuelve a su sitio. Una persona intenta abrir una ventana. El público intenta restablecer la tranquilidad. El tumulto va en aumento. A la mujer sensible de mediana edad se le pasa su turno de simular un desmayo, pero nadie se da cuenta. Los soldados profesionales discuten la situación desde perspectivas estratégico-militares. ¿Quién pertenece a qué bando y quién es mejor?

Al Sr. Ministro se le sube la sangre a la cabeza y se queja: «¡Como mínimo se podrían atener a la discusión!» Declara que sólo responderá a preguntas serias. Un hombre joven de aspecto serio, a pesar de sus cabellos largos, plantea una larga pregunta sumamente complicada. Consiste en una sola frase, un minuto de larga, que comienza con «ampliación hacia el Este de la OTAN», menciona como mínimo 17 ex Estados soviéticos, de los cuales nunca nadie ha oído hablar, y termina con «Rusia». El Sr. Ministro cree tener que contestar de manera detallada y competente. Por eso recurre a reflexiones importantes y serias que pretenden ser muy razonadas. Nadie ha entendido nada. Un rostro paliducho con traje y corbata pregunta de manera fatigosa y escabrosa por la intervención de tropas alemanas en Somalia. El Sr. Ministro grita: «¡Basta ya de estúpidas preguntas insidiosas!», y le corta en seco. La Joven Unión acaba de perder a uno de sus afiliados.

Tras una hora, toma la palabra la Sra. Diputada y lamenta que los perturbadores y alborotadores de afuera hayan echado a perder la tarde a los amigables parroquianos. El Sr. Ministro abandona de manera ordenada la sala, acompañado de coros y cánticos: ¡Nosotros somos el pueblo, y tú, no! ¡Lavabo de gatos, lavabo de gatos, alégrale la vida a tu gato un rato! A continuación, todos se reúnen ante la localidad para una cita con el fotógrafo conocido de la localidad.

Durante los días siguientes aparecen noticias de prensa, llenas de indignación, en las que se da cuenta de los daños provocados a la localidad y también al partido por los jóvenes perturbadores. Las fotos impresas ilustran de manera gráfica la expresión del Sr. Ministro, y

Breve digresión sobre el poder, el dominio y la hegemonía

Antes de entrar en la cuestión de las posibilidades que existen de interferir los mecanismos de producción y reproducción de poder y dominio transmitidos por la gramática cultural, queremos decir algo acerca de los problemas que plantean los conceptos de poder y dominio. Partimos de la premisa de que conceptos como «dominar» y «ser dominada» siguen teniendo validez, sabiendo que las relaciones sociales no pueden explicarse simplemente según un esquema «arriba-abajo» y que aún resulta menos posible personalizarlas de esta forma.

En una sociedad capitalista compleja coexisten relaciones manifiestas de dominio y formas cotidianas de ejercer el «poder en lo pequeño» que se dan a todos los niveles de la sociedad. Ambas se condicionan y se estabilizan mutuamente. El poder no sólo funciona por la aplicación de la fuerza, sino también mediante ofertas de identificación: en una cultura de dominio, donde los conflictos sociales se regulan sobre todo a través de jerarquizaciones y donde, por consiguiente, parece que no haya otra manera de solucionarlos, (casi) todas las personas contribuyen a mantener esta situación al intentar mejorar su posición respecto a aquellas que se encuentran en una posición peor. No sólo las contradicciones de clase, sino también las jerarquizaciones étnicas y las relaciones de género funcionan (aunque de distintos modos) por medio de los principios de la opresión y del autoposicionamiento dentro del estrecho marco social. Un ejemplo sería la autoetnificación como consecuencia de las atribuciones sociales. Aunque esta autoetnificación puede contener un potencial revolucionario, puesto que son precisamente estos grupos que reclaman una identidad definida por ellos mismos los que son definidos desde fuera con estereotipos basados en prejuicios groseros; al mismo tiempo, sin embargo, puede tener un efecto social estabilizador, ya que al valerse del modelo de identificación «raza», propuesto por el poder, se perpetúan justamente aquellas atribuciones que fundamentan la opresión.

La manera en que se ejerce y se mantiene el poder en las sociedades burguesas desarrolladas, sin que por ello se tenga que recurrir a la fuerza directa, puede caracterizarse por el concepto de «hegemonía» elaborado por Antonio Gramsci. El dominio de la clase dominante no se basa exclusivamente en su acceso a los medios de producción, sino que se produce y se reproduce esencialmente al nivel de la superestructura, de la ideología. No obstante, sería inútil buscar una ideología imperante única y vinculante como la «ideología de los que dominan», pues la clase burguesa entra continuamente en pactos con otras clases y grupos. De este modo se han integrado en el orden capitalista elementos de muchas otras ideologías. El consenso así resultante une a dominantes y dominados al nivel

Carta a los políticos ...

En el caso de que por imperativos legales o cualquier otra razón se vieran obligados a dictar orden de desalojo, no lo hagan a altas horas tales como las 7 de la madrugada. Estamos durmiendo. Por favor, no desalojen en días laborables, aún queda gente que trabaja y no puede venir a apoyarnos.

Asimismo suplicamos que nos avisen con tiempo para organizar la resistencia, y en caso de suspensión de una orden se nos comunique a la mayor brevedad posible, para evitarnos esfuerzos inútiles.

Carta a los políticos .

Por último, un ruego más. No nos manden tantos efectivos policiales. Estos producen situaciones tan violentas como innecesarias. Además nos asustan mucho.

Nosotros, como los peces, queremos vivir, y Vds. deben dejarnos crecer.

Nada más, reciban nuestro más respetuoso saludo, al tiempo que les damos las gracias anticipadas por su comprensión.

Jóvenes Ocupas Desconcertados, por la Tolerancia y el Civismo

(Carta escrita con motivo del desalojo de La Vakeria, L'Hospitalet, Barcelona, 1998)

los pies de foto no pueden disimular cierta alegría contenida por lo lamentable de la situación. La Sra. Diputada de la CDU se queja ante el candidato del SPD del comportamiento indigno de los Jusos, las juventudes socialdemócratas (¿quién si no iba a hacer algo así?), puesto que ésta no sería una manera democrática de hacer campaña electoral.

Y algunas compañeras de izquierda, que no estuvieron presentes, se quejan ante un par de personas de las que sospechan que están tras la historia: no habéis argumentado, no habéis sostenido una discusión con contenido. Habéis desperdiciado la oportunidad de criticar la política del Gobierno. Habéis sido simplemente destructivos y, además, completamente apolíticos. Y otras compañeras de izquierda que sí que estuvieron lo encuentran todo simplemente estupendo.

¿QUÉ HA PASADO?

Si se toma como base un modelo de comunicación sencillo (○ ¿Por qué nadie me escucha?), un acto político informativo resulta satisfactorio cuando un político o experto ha podido presentar su programa o sus pareceres y ha podido saciar las necesidades de información de los ciudadanos. Conforme a este punto de vista, el «Diálogo con la ciudadanía» ha resultado exitoso, cuando se ha logrado realizar la transmisión de información, cuando las esperanzas de información existentes se han visto correspondidas en el transcurso del acto. Pero si consideramos las dos versiones de la «obra de teatro», se puede ver que no se diferencian esencialmente desde el punto de vista de la transmisión de información. El Sr. Ministro pudo comunicar sus informaciones en ambos casos, aun cuando en la versión «revisada» los sonidos de fondo, las «interferencias», eran mucho más intensos. No obstante, las dos versiones sí que se diferencian de manera clara y notable para todos los participantes. Para entender en qué consiste esta diferencia se tiene que traer a colación una noción más amplia de comunicación, que no tiene sólo la «información» por único criterio, sino que se fija en toda la situación de comunicación.

La situación de comunicación de un acto público puede ser mejor comprendida si se recurre a la ○ gramática cultural, que es la que determina la coreografía del acto y los roles de los participantes. El sentido de un acto ritualizado no se ha de buscar, principalmente, en la palabra hablada y en los argumentos intercambiados, sino ante todo en quién y cuándo puede tomar la palabra, quién tiene derecho a hablar y ser oído. La gramática cultural no regula esto mediante una coacción ejercida de manera abierta, sino fijando un orden de figuración, un reparto de espacios y unos transcursos, o sea, escenificando y ordenando el espacio, los cuerpos y la palabra. En este sentido, un acto electoral (al igual, por ejemplo, que una misa), independientemente de aquello que se diga concretamente, constituye una contribución a la normalización de la relación de poder entre expertos/políticos/sacerdotes, por un lado, y ciudadanas/legos/fieles, por otro. Al igual que en misa, también en los actos electorales hay una liturgia fijada hasta el último diálogo. Quien la acepte, no se da cuenta de que sólo se puede expresar en una medida

de las ideas y representaciones. No está libre de contradicciones, sino que incorpora elementos heterogéneos y no simultáneos, y también permite conflictos. Pero la manera de resolver estos conflictos de «modo natural» viene determinada por presupuestos burgueses acerca de la forma de las relaciones sociales. La capacidad de integrar incluso contradicciones sociales y culturales pone de manifiesto lo que Gramsci denomina la hegemonía de la clase dominante.

La hegemonía se produce no sólo en el nivel verbal-discursivo, sino también a través de la manera en que las normas sociales (burguesas) determinan la vida cotidiana de la gente: se desarrolla a partir de la imposición y puesta en práctica de reglas y formas de interrelacionarse, de símbolos y modos de comunicación; es decir, que se desarrolla en el nivel de la gramática cultural. Las formas culturales constituyen, por tanto, unos elementos esenciales de la reproducción de las relaciones sociales imperantes, y para su mantenimiento son igual de importantes que las instituciones del aparato de poder del Estado.

¿De qué cultura hablamos?

Cuando hablamos de gramática cultural, el concepto de «cultura» va más allá del canon burgués de artes plásticas, música y literatura y de la industria cultural que se basa en ellas. También va más allá de su ampliación por las formas de subcultura. La idea de que la cultura se desarrolla en segmentos sociales delimitados, no es sino ideología (burguesa). En un sentido más amplio, la cultura abarca todas las formas de expresión humanas, las atribuciones de significación, las acciones y los productos de la vida cotidiana. Según esta definición, el concepto de cultura describe una determinada visión del modo como la gente aplica, utiliza e interpreta las normas, exigencias y posibilidades dentro del espacio social. Y no lo hacen como individuos cualesquiera y aislados. Su relación con los hechos sociales está fuertemente influenciada tanto por su imagen de sí misma como por las exigencias de la sociedad.

Si suponemos que la cultura atraviesa toda la sociedad, ya no es posible considerar la cultura y la política como ámbitos separados. Un cambio de las formas culturales comporta también implicaciones políticas. Por otro lado, eso significa que toda acción política se articula dentro de formas culturales. La política, por tanto, es más que el simple «arte de la administración del Estado». La política está presente en todos los ámbitos donde se negocia la reproducción y la estabilidad de las relaciones de dominio. Cuando no

Como una carta en correos

«Algo extraordinario está ocurriendo en este país. Tan extraordinario que los medios de comunicación, políticos y sindicatos han decidido silenciar esos acontecimientos... Hace ya dos meses y medio que Jospin ha manifestado un rechazo categórico a las reivindicaciones de los parados, que los sindicatos y asociaciones oficiales les han recomendado que se vuelvan a sus casas, que la prensa los ignora casi totalmente, que la policía los reprime, a veces sólo por banalidades como repartir octavillas... Sin embargo, casi por todas partes en este país hay individuos que se han agrupado en

Como una carta en correos ...

bandas, en colectivos, en asambleas, y han empezado a hablarse como mejor se entiendan: de manera directa y libre.

Nosotros formamos parte de los que participamos en la Asamblea de Jussieu. Hace ya dos meses que tiene lugar cada noche una especie de foro permanente que inviten él mismo las condiciones de su continuación... Allí se habla y, sobre todo, se escucha. Es así como en ese lugar se mezclan parados, precarios y compañeros. Se escriben textos, octavillas, aunque sobre todo, privilegiando la relación directa, se llevan a cabo "autoinvitaciones"

extremadamente limitada. La gramática cultural, la liturgia, resulta especialmente efectiva justo porque permanece invisible en tanto instrumento del poder. Todo intento de plantear una discusión de contenidos significa amoldarse al escenario predispuesto y desempeñar el papel reservado en uno de los rituales del Estado democrático de derecho. Resulta, por supuesto, absolutamente ingenuo pensar que el político se va a dejar influenciar por posibles contraargumentos. En este marco como mucho le sirven para asentar de manera más clara su posición y demostrar, al mismo tiempo, una disposición al diálogo tolerante-democrática-plural. Incluso la crítica de contenido más dura que pueda ser expuesta en el marco de un «diálogo con los ciudadanos» contra las posiciones del poder refuerza, a su vez, la jerarquía inscrita en la gramática cultural.

Todo intento de romper con esta situación tendrá que comenzar por las formas con las que se produce y articula aquí el poder. En el marco del acto electoral, los asistentes sólo pudieron tomar la palabra para fines y momentos fijados exactamente con antelación. Pueden plantear preguntas, e incluso se pueden preocupar de su bienestar (nadie debe pasar frío o sufrir por el humo), puesto que como ciudadanos mayores de edad son también responsables de que la tarde transcurra bien para todos. Por eso tienen derecho a reclamar o a contribuir a que los perturbadores sean localizados o expulsados. Pero todos estos ámbitos están sólo previstos en tanto que escenarios secundarios; el centro de atención lo debe acaparar el político/el experto. Esta estructura del acto se manifiesta ya en el orden en que se toma asiento, que se fija tomando como referencia al orador destacado. Si, por lo que sea, se llegara a una

se deja hablar al señor ministro, cuando una trabajadora le pregunta de forma terminante a su jefe por qué ha llegado tarde, cuando unas cartas supuestamente oficiales piden a las ciudadanas que tiren los formularios del censo de población a la basura, cuando los okupas elogian la abnegada labor de jueces y políticos, se desplaza la gramática cultural. Y tales desplazamientos no sólo son subversivos a nivel cultural, sino también a nivel político.

¿De qué subversión hablamos?

Quien practica las reglas de la gramática cultural en la comunicación no sólo de forma inconsciente, sino que las utiliza de manera creativa, puede usarlas para sus propios fines. Puede instrumentalizarlas o tergiversarlas llenándolas con contenidos discordantes, poniéndose las vestimentas ritualizadas, usurpando roles ajenos e, incluso, adoptando el tono de voz del poder en ciertas circunstancias (⭘ *El Sr. Ministro*; ⭘ *Carta a los políticos*). La pregunta, sin embargo, es si alguien puede entender la crítica política que tales acciones pretenden expresar sin que vayan acompañadas por un discurso clarificador o por unas explicaciones precisas. ¿Quién querrá reconocer en un espectáculo divertido de la guerrilla de la comunicación, que tiene las risas de su parte, una crítica de la situación social imperante?

Esta pregunta, en el fondo, es la pregunta por la transmisión de contenidos críticos, una

Como una carta en correos ...

en cantinas de empresa para ir a hablar con los asalariados, se ocupan lugares de todo tipo (ANPE, CAF, oficinas de EDF, compañía del agua, periódicos, restaurantes, etc.) para decir a todo el mundo aquello que dice la asamblea... Apelamos a la complicidad de aquellos con los que nos encontramos para fotocopiar nuestros textos, invitarnos en su cantina o facilitarnos nuestro transporte. Es así como hoy venimos a vuestro centro de selección para encontrarnos con vosotros, hablar sobre aquello que podemos tener en común y pediros que nos deis la posibilidad de comunicarnos con nuestros amigos de

situación de comunicación entre los «oyentes», ésta chocaría con la estructura de comunicación prevista y tendría automáticamente un efecto perturbador.

El acto empieza a venirse abajo cuando los escenarios secundarios acaban por acaparar la atención, cuando los asistentes, incitados por algunos iniciadores bien vestidos (⭘ happening y teatro invisible), estén más preocupados por conformar las condiciones del entorno o por expresar su crítica al comportamiento de otros participantes que por escuchar a la estrella invitada. Todos los intentos del público verdaderamente interesado en restablecer activamente el orden se convierten a su vez en perturbaciones adicionales. Cualquier manifestación antagonista reconocible como tal no podría servir para reescribir la «obra» (a no ser bajo condiciones muy favorables), puesto que el papel de los que protestan está en la pieza original tan previsto como las correspondientes medidas contrarias. Por el contrario, en la obra original no está previsto el papel del ciudadano comprometido que, involuntariamente, se convierte en perturbador o le hace el juego al adversario político. El caos se hace tanto más grande, cuanto menos puede el poder, personificado por las fuerzas del orden o la estrella invitada, distinguir los perturbadores «auténticos» de los «falsos». También los asistentes realmente interesados se encuentran en una situación en la que se tienen que comportar de alguna manera, aun cuando las alternativas posibles parecen todas poco oportunas: pueden involucrarse, por ejemplo, como personas «civilizadas» en la discusión aparente sobre ventanas abiertas o cerradas, etc., y contribuir así a embrollar más el acto; o pueden adoptar en la misma situación una actitud autoritaria y exigir

pregunta que también se hace cuando se trata de formas de agitación clásica o de esclarecimiento mediante textos y conferencias. Ni en una acción de la guerrilla de la comunicación ni en una campaña de denuncia socio-política hay la seguridad de que el público quiera dejarse convencer o informar. Cada acción requiere un punto de conexión con las personas a las que se dirige, ya sean unas ideas políticas comunes (lo que muchas veces no se da), ya sea un saber cotidiano en el sentido de Gramsci, que se alimenta de las experiencias diarias de cada uno y que dota de un buen olfato respecto a las formas de poder y opresión. A veces, este saber cotidiano se expresa menos a través de discusiones, análisis, teorizaciones y enseñanzas que mediante una risa espontánea.

Pero eso no quiere decir que la guerrilla de la comunicación pueda prescindir de una crítica social teórica. Para poder criticar o atacar las dimensiones políticas de la gramática cultural de los dominantes, primero hace falta descifrarlas. Asimismo, las acciones de la guerrilla de la comunicación sólo funcionan si vienen precedidas por la comprensión de las estructuras del poder. Una manifestación contra la «xenofobia», convocada por el gobierno, puede descifrarse como una demostración del consenso entre el «pueblo» y el «poder». Sólo a partir de una visión crítica y sólo con las herramientas conceptuales de la gramática cultural nos es posible encontrar esta significación oculta.

Como una carta en correos ...

otras provincias.»

La Asamblea de Jussieu (París) surgió en el seno de las movilizaciones de paradas y precarias que recorrieron Francia, de punta a punta, las Navidades de 1997 y el primer semestre del 98. Las de Jussieu hicieron de sus «paseos» políticos, siguiendo la tradición situacionista, el eje de sus movilizaciones. El 23 de enero visitarían un centro de selección de Correos, esperando que la solidaridad de las trabajadoras les permitiera franquear gratuitamente sus cartas, que llevaban el sello de la propia asamblea con la

la expulsión de los perturbadores. El modelo legítimo de protección autoritario-furiosa de la sala prevé que es legítimo proteger lo de adentro respecto a lo de afuera, el Nosotros respecto a los alborotadores. Esto se hace difícil, no obstante, cuando no se puede separar claramente el «adentro» de los realmente interesados en el buen transcurso del acto y el «afuera» de los perturbadores subversivos.

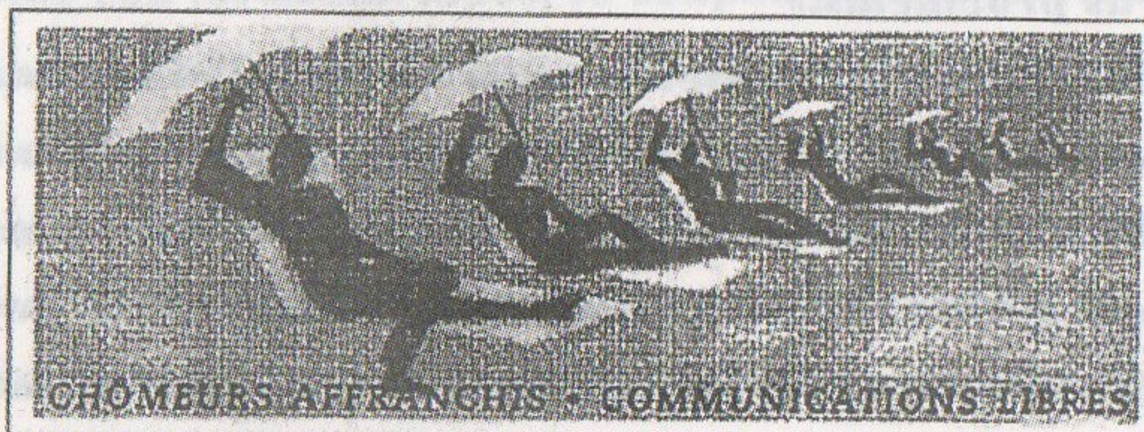
El juego de desviar la atención desde el podio a la sala persigue dos objetivos: impide de manera efectiva el transcurso ordenado del acto y hace presente una disensión en cuanto al contenido; pero no al nivel de los temas predispuestos por los organizadores, sino al nivel de la gramática cultural. Al perturbar el orden de los oradores, hacerse con la palabra y desfigurar hasta el absurdo la palabra legítimamente dada o perturbarla mediante ruidos, hacen visible este orden (hay algo que «no cuadra») y formulan de paso una crítica sólida al mismo. En vez de organizar un acto propio en el que criticar la gramática cultural como medio de (re)producción de las estructuras del poder, las guerrilleras de la comunicación utilizan un contexto existente como escenario para presentar sus inquietudes de manera ilustrativa y concreta (⊙ tergiversación/reinterpretación). De la misma manera que la gramática cultural funciona por su invisibilidad, también los éxitos de una táctica semejante —suponiendo que exista algo así— pasan desapercibidos. Aun cuando es evidente que algo no ha cuadrado/no ha funcionado normal, este hecho no es discutido a fondo y con la amplitud que merecería. El desplazamiento se nota sobre todo en la situación y para los participantes. No repercute sobre un nivel teórico, sino sobre un nivel más bien sensitivo y no articulado.

Nosotras apostamos por acciones que deconstruyan los momentos estéticos del poder y que alteren las reglas de la gramática cultural, y que, a veces, rompan también la regla según la cual las intervenciones políticas sólo son subversivas cuando su discurso es explícito. Naturalmente existe el peligro de que tales acciones degeneren en un puro espectáculo. Partimos, sin embargo, de la premisa de que unos buenos conocimientos de la gramática cultural nos protegen de caer en la trampa de la arbitrariedad. Normalmente, las intervenciones de la guerrilla de la comunicación tienen lugar en relación con temas destacados y con acontecimientos sociales. El espacio público donde se experimentan ya está relacionado con determinadas asociaciones, ideas y expectativas. Esta estructura de normalidades puede ser alterada, provocar decepción o verse superada en exceso por una acción inesperada. Cada acontecimiento/evento público constituye al mismo tiempo un ritual de formas y convenciones que, a su vez, nos explican algo sobre la configuración y el autoentendimiento de la sociedad donde se producen. Una intervención que tome esto como referente, puede transmitir contenidos que se perciban y se entiendan como tales sin que haya un discurso explícito.

Para nosotras la práctica política no significa la imposición de una ideología mejor. Si nos preguntamos por qué mucha gente acepta estructuras de poder en nuestra

Como una carta en correos .

referencia: «Parados emanciapados – comunicaciones libres». Las cartas llegaron en su mayoría a sus destinos. (*L@s parad@s felices. La asamblea de Jussieu y el movimiento contra el paro y la precareidad en Francia*, Barcelona, 1998, pp. 94-7)



Esto es de aplicación tanto para las guerrilleras de la comunicación como para los espectadores del acto. Este tipo de intervención no trabaja con los medios de la argumentación. Es justo por eso que puede tener un efecto muy persistente: posibilita a los participantes tener una visión momentáneamente modificada del acontecimiento «acto electoral», a la que podrán recurrir en otras ocasiones, independientemente de que el correspondiente punto de vista haya sido formulado teóricamente o no. ⊙

sociedad, tenemos que hacernos esta pregunta también a nivel de la gramática cultural. Si convertimos nuestras reflexiones en el punto de partida para acciones político-culturales, eso significa que queremos intentar romper y transgredir en situaciones concretas la gramática cultural de los que dominan. En este sentido, la lucha social y política debería ser una lucha «por otra realidad en la que se pueda experimentar y sentir algo por lo cual aún mañana valga la pena seguir luchando».

Autonome L.U.P.U.S.-Gruppe: «Der Faschismusvorwurf – oder die linke Illusion vom bürgerlichen Staat». En: *Lichterketten und andere Irrlichter. Texte gegen finstere Zeiten*, Berlin/Amsterdam, 1994, pp. 102-113.

La fábrica de ideas...

la «publicidad guerrillera» .



Estrategia y táctica

Puesto que la gramática cultural en cuanto sistema de orden atraviesa todos los ámbitos sociales y toda la vida cotidiana, hay que preguntarse qué posibilidades de actuar existen dentro de un sistema tal de normalizaciones y qué se puede hacer para no verse completamente determinado por las normas fijadas. Las siguientes reflexiones parten de la idea de que, para animar a acciones encaminadas a cambiar la sociedad, no es suficiente con llamar a las estructuras de poder social por su nombre y denunciarlas. Con la mera disposición a cambiar algo no basta. De lo que se trata es de comprender cómo traducir ésta en actuaciones prácticas.

Las reflexiones acerca de la guerrilla de la comunicación se basan en un concepto político que no parte de la idea de una vanguardia política que enseña y lidera a las masas, sino de que los cambios sociales son obra de las acciones de todos los individuos. Los puntos de partida de tal acción política hay que buscarlos en la práctica cotidiana de la gente: «¿Qué prácticas populares (cotidianas, aunque tengan muy poca trascendencia) juegan con los mecanismos de la disciplina impuesta y sólo se adaptan a dichos mecanismos para volverlos contra ellos mismos? ¿Y qué "prácticas" por parte de los consumidores (¿o "dominados"?) pueden servir de contrapeso a los procedimientos silenciosos que organizan la formación del orden político-social?»

De Certeau, Michel: *Arts de faire*, París, 1990.

Aparte de reflexionar acerca de las normas e instituciones sociales (e «instituciones» serían los partidos, las asociaciones, empresas y organizaciones estatales, pero también los conceptos de familia, etc.), deberíamos preguntarnos, por tanto, cómo los sujetos en cuanto individuos manejan estas normas sociales. En su análisis de las relaciones sociales de poder, el filósofo francés Michel de Certeau ha pensado esta relación entre sociedad e individuo con los conceptos de «estrategia» y «táctica». De Certeau se vale de un «análisis de la cultura tomado de las ciencias de la guerra», ya que considera la cultura como un campo de tensiones, a menudo violentas, donde se legitima, se desplaza o se controla el derecho del más fuerte. Además de las estrategias del poder, analiza sobre todo los espacios sociales aún disponibles para aquellas prácticas y ardides de los individuos que forman una «red de la antidisciplina» que se sustrae a dichas estrategias.

Estrategia del poder significa poder dirigir las relaciones de fuerza y determinar y ocupar los espacios sociales. Eso presupone un lugar social, una institución provista de poder. Este «lugar propio» forma la base desde la cual la acción estratégica organiza y garantiza sus relaciones sociales.

Bajo táctica, sin embargo, hemos de entender un cálculo que no parte de una base fija, de ningún lugar propio, sino que sólo dispone del terreno del otro para actuar. Mientras que lo «propio» —el fundamento de la acción estratégica— marca una victoria del espacio

Los mundiales de 1974: saludos solidarios desde el campo de fútbol

En junio de 1974 los mundiales de fútbol se celebraron en la RFA. Participó también el equipo nacional de Chile. En 1973 hubo un golpe militar en Chile contra el Gobierno, democráticamente elegido, de Salvador Allende. La Junta militar estaba muy interesada en mejorar su imagen. A través del deporte querían establecer unas «relaciones normalizadas» con otros países. Los grupos de solidaridad con Chile de la RFA querían impedir este lavado de imagen de la Junta militar y decidieron politizar el campo de fútbol. En el partido de apertura RFA-Chile, en el Estadio Olímpico de Berlín, se encontraron unas 500 personas del

sobre el tiempo, la táctica no tiene espacio y sigue dependiendo del tiempo. La táctica tiene que arreglárselas con el terreno que una fuerza ajena le cede y buscar «oportunidades propicias» en las estructuras preestablecidas. La táctica no necesita jugar con las fuerzas del poder. De Certeau habla de «jugadas logradas, ardides elegantes, artimañas de caza, simulaciones múltiples, hallazgos, ocurrencias felices tanto de índole poética como guerrera». Esta ○ *tergiversación/reinterpretación* de los presupuestos estratégicos mediante tácticas cotidianas es un principio fundamental de la guerrilla de la comunicación.

Se podría objetar que justamente estas reutilizaciones tácticas son las pequeñas apropiaciones individuales y temporales que transforman el sistema, pero que, de este modo, también reproducen su estabilidad. Aunque durante un breve instante se consiga ganar un espacio y anular las estrategias del poder, eso contribuye también a hacer más soportables las relaciones de poder —que siguen en vigor— y hacer la vida cotidiana más vivible.

Las tácticas cotidianas son, por tanto, subversivas, ya que transforman, reinterpretan y reutilizan los fundamentos del poder, pero no conllevan automáticamente una actuación encaminada a provocar cambios sociales. En este último sentido, las tácticas sólo serán efectivas, cuando no se integren en las redes de estrategias como acciones aisladas, individuales y en gran parte inconscientes, sino que vayan asociadas a una estrategia consciente y colectiva. Y precisamente aquí se encuentra el potencial que quizás podría servir de punto de partida para una «estrategia de las tácticas» subversiva: se trata de valerse de las tácticas que los individuos utilizan para sobrevivir cotidianamente, hacerlas conscientes y articularlas de manera políticamente efectiva.

Los mundiales de 1974 ...

movimiento de solidaridad. Nada más empezar a sonar el himno nacional de Chile, se oyeron los coros de «¡Chile Sí - Junta No!» Al mismo tiempo se desplegaron enormes pancartas. Cuando el locutor del estadio llamó la atención sobre la actitud «poco deportiva» de aquellos espectadores, se había conseguido el objetivo: el «fútbol apolítico» había servido para montar un escándalo político. En una segunda acción, las activistas se dirigieron en directo a sus camaradas en Chile. Poco después de empezar la segunda mitad, 10 personas se bajaron con sus pancartas al campo. Los medios hablaron de un «escándalo en el estadio

Lugares y espacios

Lugares para la guerrilla de la comunicación pueden encontrarse, en principio, en todos los espacios sociales. Nuestro punto de partida, sin embargo, es que los espacios físicos siempre son al mismo tiempo espacios sociales. Cada configuración espacial expresa situaciones sociales y, del mismo modo, las atribuciones de significación también vienen siempre estructuradas por hechos sociales.

La guerrilla de la comunicación dispone de puntos de intervención para acciones por el hecho de que los edificios y las instituciones no sólo tienen una significación concreta, según la utilidad que se les adjudica, sino también una función simbólica en el marco de la gramática cultural. Eso puede elucidarse tomando como modelo el espacio público urbano, por ejemplo, o el aspecto de las calles en las ciudades: la imagen de la ciudad está dominada por edificios representativos como los ayuntamientos, por ejemplo, que representan el poder político, o los museos y las galerías que tienen la finalidad de figurar como símbolo petrificado de valores culturales y sociales. Pero más que por estos edificios públicos, el aspecto urbano está dominado por los edificios y los paneles de propaganda de las grandes empresas, por las tiendas, los bancos y las compañías de seguros. Al colocar la Daimler Benz su estrella de Mercedes en la torre de la estación central de Stuttgart o en el Europacenter de Berlín, el símbolo de la empresa se convierte en símbolo oficial de la ciudad.

La configuración arquitectónica de edificios representativos se basa en el principio de la estetización del poder político. Con su funcionalidad fría, la arquitectura moderna de hormigón, acero y vidrio difunde una estética elitista de la intimidación. La postmodernidad le añade aún otro elemento: para ella los grandes edificios siguen siendo representaciones del poder al dominar el aspecto de las calles con edificios altos y de grandes superficies, pero todo eso se «embellece» ahora con revestimientos de piedra natural con colores suaves, con fachadas pintadas de forma desigual al estilo mediterráneo, con balconcitos, tragaluces redondos, puntales metálicos de color y muchos otros accesorios. Mientras que la arquitectura moderna sigue la lógica de ocupar el espacio y dominarlo, la postmoderna quiere llegar a una aparente armonización que pretende disimular el dominio del poder mediante elementos caprichosos y decoraciones de tiempos pasados.

El hecho de que los edificios representativos constituyen una ocupación simbólica del espacio público, y que también se perciben como tales, se demuestra, por ejemplo, por la reiteración insistente con la cual algunas manis dejan sus huellas en los escaparates de los grandes bancos: estos edificios, con su carga simbólica de ser los representantes del poder económico y político, son el blanco predilecto de los adoquines. «El frente de casas-escaparates-casas traza una frontera socialmente consagrada, pues lo que hay al otro lado de esta frontera cuesta dinero: desde los espacios interiores como los grandes almacenes, las

Los mundiales de 1974 .

olímpico». Miles de maderos no pudieron evitar que las gentes en Chile recibieran en directo saludos de solidaridad desde la RFA. ¡Venceremos! (de: Balsen/Rössel: *Hoch die Internationale Solidarität. Zur Geschichte der 3. Weltbewegung in der BRD*, Colonia, 1986)

Die **Situationistische Internationale**

La Internacional Situacionista

Desde el suicidio de Guy Debord, en 1995, se han producido montones de textos relacionados de forma directa o absurda con la Internacional Situacionista (IS). Aquí no se trata de añadir un escrito más al actual boom situacionista (o de dar, por ejemplo, la única, correcta y verdadera interpretación del libro «La sociedad del espectáculo» de Debord). Por eso nos limitaremos a escribir algunas anotaciones referentes a cuestiones relacionadas con la IS que tienen importancia para nosotras.

La IS se creó en 1957 como fusión de varios grupos de la vanguardia artística, entre ellos la Internacional Letrista, el Movimiento Internacional por una Bauhaus Imaginaria y el Comité Psicogeográfico de Londres. Lo que en la historia de la IS a primera vista nos parece más llamativo, incluso para un grupo de izquierdas, es toda la serie de expulsiones, escisiones y limpiezas. En este contexto fue sobre todo la sección francesa alrededor de Guy Debord la que impuso con toda rigidez su exigencia de «coherencia teórica». Excluyeron, por ejemplo, en enero de 1962 a todos los miembros del grupo ○ SPUR, la sección alemana de la IS, por su tendencia al barullo barato. La práctica elitista —y en el fondo muy de vanguardia— condujo finalmente al extremo de que en el momento de su disolución, en 1972, sólo quedaban dos miembros activos (Debord y Sanguinetti) de un total de aproximadamente 70.

Cfr. La bibliografía antiespectacular: http://machno.hbi-stuttgart.de/hk/sl/

Debord, Guy: *La Sociedad del Espectáculo*. Valencia, 1999.

tiendas etc., que únicamente sirven de decoración para las mercancías, hasta los edificios que son, en tanto que espacio, mercancías destinadas al consumo (entrar/visitar/contemplar) como, por ejemplo, los museos». La guerrilla de la comunicación pretende romper la estetización de los lugares públicos y repolitizar los espacios sociales y culturales, haciendo visible y atacando esta estetización al nivel de la forma exterior (○ *Ayuntamiento okupa*). La estrategia del poder cuida de estetizar lo político con el fin de naturalizar y de esconder las relaciones de poder. La guerrilla de la comunicación, en cambio, quiere contribuir a hacer visibles y convertir en objeto de reflexión estas estrategias de conservación del poder.

Bredlow, Lutz: Die Dimension der Abwesenheit in der Inszenierung des öffentlichen Raumes». En: *anschläge*, nº 6, Berin, 1983, pp. 41-46.

Ésta es la perspectiva, por ejemplo, desde la que se deberían considerar los graffitis (○*sniping*). Lo político de estos actos perseguidos como daños en el mobiliario urbano estaría en la destrucción del efecto intimidatorio o reconciliador (mediante estetización) de la arquitectura (moderna o postmoderna). Jean Baudrillard incluso se atreve a interpretar los graffiti como un progreso tanto a nivel de la teoría como a nivel de la práctica, justamente porque «sólo» se trata de «*tags*» que no transportan contenidos explícitamente políticos: «Puesto que este ataque parte de una forma de intuición revolucionaria, es decir, que la ideología fundamental ya no funciona al nivel de los significados políticos, sino al nivel de los

El Ayuntamiento okupa (Barcelona, 26-2-97)



Algunos grupos actuales, como por ejemplo ○ *Luther Blissett*, que se remontan críticamente a la IS, han aprendido de este proceso y prefieren actuar bajo un ○ nombre múltiple. Renuncian, por tanto, de entrada a todo intento de querer garantizar una coherencia a nivel organizativo formal.

Pero no tenemos la intención de descalificar a la IS como un mal ejemplo. Tampoco queremos extendernos sobre la función de modelo que la IS supuestamente tenía para los punks, ni queremos hablar de la importancia, muchas veces exagerada, para el Mayo del 68, a pesar de que sus mejores pintadas llevan sin duda el sello de los situacionistas (por ejemplo: «Me divertí con los adoquines...» o «La humanidad no será feliz hasta que no se haya colgado al último burócrata de las tripas del último capitalista», etc.).

Lo importante es que los situacionistas, a diferencia de otros grupos vanguardistas, hayan reconocido claramente la problemática que conllevan unas posiciones artístico-políticas de vanguardia y las hayan criticado duramente. En la actualidad se presenta al «situacionismo» sobre todo como un movimiento artístico. A eso se debería objetar que la IS no sólo rechazaba el concepto del arte burgués (eso lo hacían y lo siguen haciendo también otros grupos que actúan en el ámbito de la cultura), sino que se negaba explícitamente a que se utilizaran las formas «de arte» desarrolladas por ellos fuera del proyecto (político-)revolucionario.

Marcus, Greil: *Rastros de carmín*, Barcelona, 1999. Cfr., para contrastar, Home, Stewart: *The Assault on Culture*, Edimburgo, 1991 (1988).

Los situacionistas tampoco tenían la intención de actuar como una vanguardia política en el sentido tradicional. Rechazaron cualquier reivindicación de liderazgo teórico o práctico y formularon una crítica corrosiva de las posiciones marxistas-leninistas. A partir de su crítica de la idea de vanguardia política salieron expresiones como: «La teoría situacionista está en la mente de todos», o «Cualquiera puede ser situacionista, aunque nunca haya oído hablar de la IS». No obstante, con su concepto sectario y elitista acerca de la coherencia teórica, la IS no consiguió desarrollar en la práctica una teoría y praxis más allá del concepto de vanguardia. Asimismo nos parece extraña la idea de los situacionistas de que tal coherencia fuera una posibilidad para protegerse contra la recuperación, o sea la reapropiación, por parte del orden imperante. En todo caso, no han podido evitar la manera miserable con la que actualmente se vende y se recupera la IS y todo el «situacionismo» como un movimiento artístico. Al final, los situacionistas publicaron unos textos quejicosos y ergotistas como La verdadera escisión de la Internacional que provocaron la crítica de Luther Blisset en los siguientes términos: la teoría situacionista se entiende, en última instancia, como «el Espíritu Santo que desciende a la materia inconsciente (el proletariado, las masas, o lo que sea)». El rechazo total por parte de la IS de los conceptos tradicionales de hacer política no se limitaba a una crítica de la estructura jerárquica y burocrática de los grupos y partidos de la vieja izquierda. La IS intentaba, a la vez, desarrollar nuevas formas de subversión y de propaganda. Los situacionistas

Blissett, Luther: *Guy Debord ha muerto*, Madrid, 1997.

significantes, y que el sistema puede ser vulnerado y desenmascarado precisamente en este punto». Marcar un muro o una pared con un nombre, un tag o un cuadro constituye una apropiación de esta superficie, mediante la cual se ignora o se cuestiona la exigencia del poder de controlar y determinar el espacio también ópticamente, y al mismo tiempo se formulan las propias exigencias de poder. Hay que preguntarse, sin embargo, si el planteamiento tan extremo de Baudrillard acerca de la gramática cultural es cierto, o sea que «el ataque total a la forma se ve acompañado de la retirada de los contenidos». No nos parece lo mismo si un tag sólo dice «He estado aquí» o si reivindica el deseo de una pandilla de dominar un territorio. No obstante es cierto que los graffitis «no políticos» representan de hecho también un ataque al sistema. (Eso lo demuestra, por ejemplo, el caso de ○ *el graffitero de Zúrich*, Harald Nägeli.) Solamente por esta razón puede entenderse por qué los graffiteros en ciertas ocasiones han de temer una dura persecución.

Baudrillard, Jean: *Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen*, Berlín, 1978, p. 30.

El Graffitero de Zúrich

Y no sólo son los edificios los que funcionan como portadores de significación. Estructuran el espacio de tal manera que su colocación incluso llega a determinar el tamaño, la forma y el valor de las superficies no edificadas. Del mismo modo, también el valor de calles y plazas viene determinado por la presentación de las superficies, es decir, si están cubiertas con materiales caros y suntuosos o si simplemente las han tapado con hormigón; si se han plantado césped, arbustos y árboles o si han quedado como descampados. La significación de un espacio público, determinada por todos los factores antes mencionados, tiene sus efectos concretos en las posibilidades de la gente de moverse dentro de dicho espacio. ¿Dónde, por ejemplo, pueden estar los yonquis o los sin techo? ¿Por qué calles patrullan los sheriffs negros? ¿Dónde puedo sentarme en el suelo durante media hora simplemente para descansar?

La ○ *Internacional Situacionista* entendía como una posible acción política el hecho de sustraerse a las reglas preestablecidas de movimiento. A través de la práctica del «deambular» intentaron reapropiarse nuevamente del espacio urbano y dotarlo de nuevas asociaciones y significaciones. Michel de Certeau considera el caminar como una escritura invisible que –según el camino y la manera de caminar– produce textos instantáneos de los sujetos en el espacio. Las medidas urbanísticas, o sea, la colocación y la configuración de edificios, plazas y calles pueden aplicarse con el fin de controlar las posibilidades de movimiento de la gente. Mike Davis investiga este fenómeno en el ejemplo de Los Ángeles. Después de un proceso de «militarización de la ciudad», para los habitantes menos privilegiados prácticamente ya no existe la posibilidad de entrar en el centro de la ciudad. Al mismo tiempo, el diseño arquitectónico refleja el

Situacionistas

Davis, Mike: *City of Quartz*, Nueva York, 1990.

Ataque psíquico a una oficina del INEM

Roma, 3-4 de junio de 1995. Durante la noche de sábado al domingo, después del segundo programa de Radio Blisset sobre trabajo, rechazo al trabajo y dinero gratis, unas doscientas personas se concentraron ante las puertas de la oficina del INEM, gritando consignas como: «¡Basta de empleos, queremos dinero ya!», «¡No a los nuevos puestos de trabajo: el trabajo provoca cáncer!» o «¡Queremos dinero y no trabajo!» Se cortó el tráfico. Convencidos de la legitimidad de la protesta, muchos conductores bajaron de su coche y participaron en el ataque psíquico. Mientras tanto, algunos grupillos enloquecidos

Ataque psíquico a una oficina del INEM .

decoraron el edificio con símbolos y consignas psicógenas como: «¡Tu caos es un recurso: exige dinero gratis!» o «¡Autodeterminación — No al trabajo asalariado!» Inmediatmente después, todos los participantes empezaron su ataque que consistió en susurrar durante aproximadamente 4 minutos la sílaba «ohm. El edificio empezó a temblar, pero no se derrumbó. La segunda cadena de la televisión alemana retransmitió en directo este impresionante acontecimiento. Hacia las cuatro de la madrugada, la concentración se disolvió en dirección hacia una verdadera falsa fiesta que se había anunciado a través de las ondas.

fueron de los primeros que reivindicaron «la introducción de la guerrilla en los medios de comunicación de masas». Dijeron: «Durante algún tiempo aún podemos aprovecharnos del hecho de que los estudios de radio y de televisión no estén vigilados por tropas del ejército. A un nivel más humilde, por ejemplo en los barrios, todo radioaficionado tiene posibilidades de interferir o de emitir programas a un costo mínimo [...] Mediante algunas ediciones falsificadas de revistas se puede desorientar al enemigo».

No obstante, los situacionistas tenían plena conciencia del carácter táctico y de las posibilidades así como de los límites de esta práctica: «El carácter ilegal de tales acciones prohíbe a todo grupo que no se haya decidido por la clandestinidad elaborar un programa completo en relación con este campo. Ya que eso requeriría la formación de una organización específica en el seno de dicho grupo —lo que sería impensable y poco efectivo sin blindaje y, por consiguiente, sin una jerarquía—, si no se quiere acabar por el camino del terrorismo». En su lugar reivindicaban una práctica en la que «los individuos que se han reunido para este propósito improvisen y mejoren las formas probadas ya por otros en otros lugares. Este tipo de acción no convenida, no conducirá a la revolución final, pero puede conseguir de modo útil despertar la conciencia que finalmente se manifestará. Tampoco hay que dejarse deslumbrar, desde luego, por la palabra ilegalidad. La mayoría de las acciones en este terreno no tienen por qué transgredir las leyes vigentes». Los situacionistas

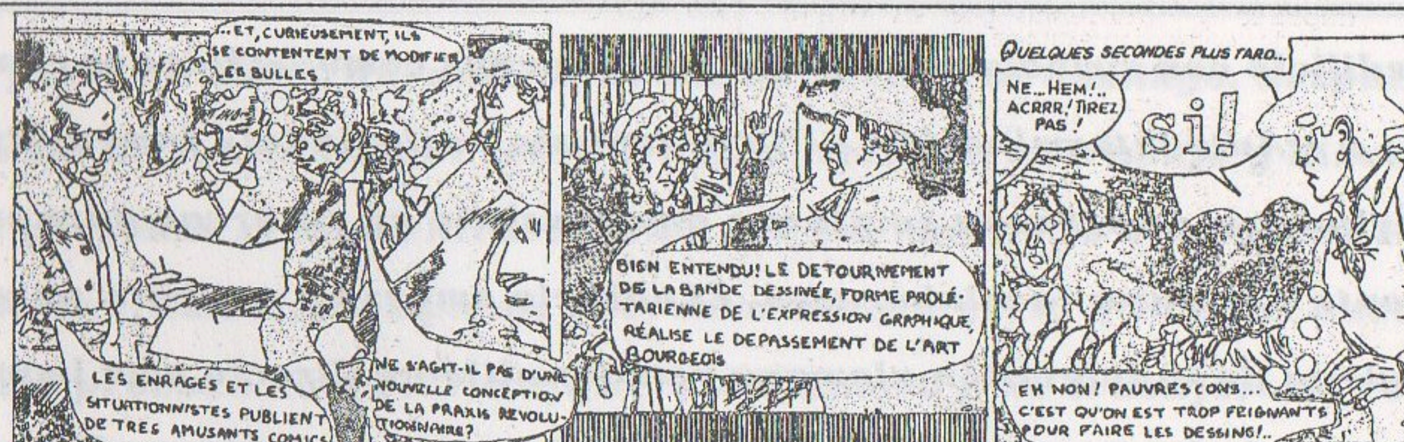
Internacional Situacionista 1958-1969. Textos completos de la revista «Internationale Situationiste», Madrid, 1999.

programa político: mientras que los edificios de la administración pública más bien tienen el aspecto de cárceles o fortalezas con la correspondiente vigilancia, la arquitectura de la cárcel reviste elementos de edificios suntuosos y representativos, glorificando así —y para gran orgullo de la ciudad— la práctica del encierro que en Los Ángeles ha alcanzado unas dimensiones únicas entre los Estados industriales del capitalismo tardío.

En cada ciudad existen también lugares que transmiten mensajes explícitamente formulados. El ejemplo más manifiesto son los monumentos. Representan las relaciones de poder no sólo por su dominio material y óptico del espacio, sino que incluso dicen algo muy concreto por medio de sus inscripciones y su configuración, formulan avisos o se entienden como representaciones de una institución o de un ideal socialmente promovido. Un ejemplo sería la glorificación de la guerra a través de los monumentos a los muertos de la guerra (⊙*sniping*). Tales lugares se ven determinados por rituales en un sentido muy amplio. Están decorados con inscripciones, y a menudo se deposita cada año una corona o se celebran otros rituales parecidos con el fin de reafirmar la importancia del lugar.

El conocimiento de los aspectos simbólicos y reales de poder de las estructuras espaciales es importante para la guerrilla de la comunicación, puesto que el efecto de sus acciones depende en muchos casos de los lugares donde se realizan. Al fin y al cabo, con las

© IS



difundieron y experimentaron enseguida también la práctica de la ⊙tergiversación (détournement) en muchos contextos. Un medio de propaganda muy apreciado fueron los cómics, a los que se pusieron nuevos textos, e incluso los textos teóricos de los situacionistas juegan de forma compleja con citas y con plagios más o menos modificados. Aparte del desarrollo de nuevas formas políticas, los situacionistas pedían la «abolición de la política» mediante una práctica revolucionaria en la vida cotidiana. Con los métodos de la «psicogeografía» (⊙London Psychogeographical Association), por ejemplo con la práctica del «deambular» (dérive) investigaron los lugares y las percepciones y emociones asociadas a ellos. Con eso intentaron desarrollar nuevos comportamientos, juegos y pasiones: «Las pasiones sólo se han interpretado de manera distinta, lo que ahora importa es inventar nuevas pasiones» (Debord). El objetivo era desarrollar nuevas formas de acción en el ámbito de la cultura y de la vida cotidiana con la intención de crear allí la perspectiva de un cambio revolucionario: «Nuestras teorías no son sino la teoría de nuestra vida real [...] Es impensable que se pueda preparar la revolución de la vida cotidiana por medio del ascetismo». ⊙

Se puede encontrar una selección de los textos más importantes en: *La creación abierta y sus enemigos*, Madrid, 1977.

acciones no se trata sólo de dar a entender algo en el espacio público, también es importante cambiar este espacio «ocupado y escenificado» y llenarlo con nuevas asociaciones. Si se consigue revalorar un espacio cerrado por un cordón policial sirviéndose de este espacio liberado como escenario (⊙ *Uniforme de gala y cuerpos desnudos*), o si un grupo se aprovecha de la transmisión de un partido de fútbol, declarado oficialmente como acto de «encuentro entre los pueblos», para sus propios fines políticos, entonces se produce una reinterpretación (⊙ *tergiversación* o ⊙ *distanciamiento*) de dicho espacio. Por otro lado, hay acciones como, por ejemplo, las de los «NOlympics» (⊙*deterioro de imagen*) dirigidas a «ensuciar» espacios públicos de representación para atacar de esta manera la autorrepresentación del poder.

© IS



¿Todos o nadie?

Nombres múltiples, personas imaginarias, mitos colectivos

Un nombre múltiple es «un nombre que cualquiera puede utilizar». Aquellos que lo han inventado rechazan expresamente tanto el monopolio para su uso como el copyright. Pero estos nombres significan más que el mero deseo de sus usuarios de permanecer anónimos: aun siendo así, el nombre múltiple como expresión de anonimato sólo representa un espacio vacío, un signo sin significación propia, existe la posibilidad de que se convierta en un significante con fuerza siempre y cuando se vincule con una práctica determinada, reconocible y limitable. Entonces no sólo significa dicha práctica (artística, política, religiosa), sino que se asocia también con el cuerpo de una persona imaginaria. En cuanto la práctica se hace reconocible y se llena con vida, esta persona va tomando vida. Su cuerpo gana en contorno, adquiere una historia, un mito. La gente que entra en esta historia y que participa en las prácticas vinculadas con el nombre múltiple, acaba realmente formando parte de esta persona imaginaria y colectiva: la práctica de los individuos singulares cobra fuerza a través del mito colectivo y al mismo tiempo lo reproduce. Y al revés: si esta práctica pierde sus contornos y su fuerza significativa, se muere también la persona colectiva en la cual se encarna.

Cfr. Home, Stewart: *The Festival of Plagiarism*, Londres, 1988.

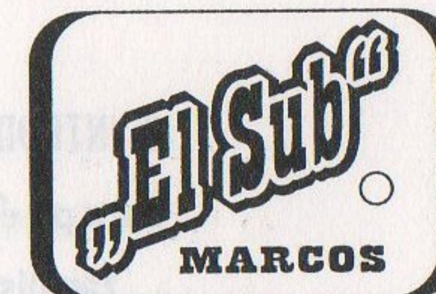
El nombre múltiple supera la separación entre individuo y colectivo. De manera mágica otorga al individuo una participación en el cuerpo colectivo de la persona imaginaria, en la cual se encarnan el movimiento y la fuerza de una masa invisible. La masa gana en contorno, y en la forma de la persona imaginaria se convierte en un sujeto activo. Justamente los oprimidos sin-nombre han utilizado a menudo esta manera de actuar. Se dio, por ejemplo, en las insurrecciones campesinas: en 1514, los campesinos del sur de Alemania se lanzaron al campo de batalla bajo el nombre de «*der arme Konrad*» (el pobre Conrado). Pero no había ningún líder en el cual se encarnara la masa sublevada: cada uno de ellos era el «pobre Conrado» que se sublevaba contra su opresión. En la Inglaterra de principios del siglo XIX, el nombre múltiple del «General Ludd» representaba a los oprimidos. Como líder imaginario de los ataques contra las nuevas máquinas dirigió sus amenazas –casi siempre seguidas de acciones– contra los agentes capitalistas de las modernas formas de la explotación. A pesar de que el movimiento del «General Ludd» no tenía formas de organización definida (o quizás justamente por esta razón), durante muchos años fue capaz de infundir miedo y terror a los explotadores.

Sale, Kirkpatrick: *Rebels against the Future. The Ludditis and their War on the Industrial Revolution. Readings*, Mass., 1995, p. 9.

Mientras que el «General Ludd» no era una persona real ni representaba a una organización establecida, las posteriores formas de organización de los trabajadores siguieron la separación burguesa entre individuo y práctica colectiva. El colectivo (el proletariado, etc.) se convierte en un asunto

Antepasados





UNA ENTREVISTA EN EXCLUSIVA con «El Sub», realizada por el Subcomandante Insurgente Marcos:
Todo lo que Vd. siempre quiso saber del «Sub», pero que no se atrevía a preguntar,
o: El mejor periodista de todos los tiempos

realizado por .... (Escriba aquí su nombre)
para .... (Escriba aquí el nombre de su jefe)

1. LUGAR DE LA ENTREVISTA: (Subraye el lugar de su elección)

a) En algún lugar de la Selva de Lacadonia
b) En algún lugar en el suroeste de México
c) En alguna región controlada por los zapatistas
d) En algún rincón de la sala de prensa de Casa Vieja
e) En algún bar en el suroeste de México
f) ...

http://www.pengo.it/luther/fvcopsd1.htm

http://www.thing.de/projekte/7:9%23/cantsin_12.html

Cfr. Luther Blissett-Homepage: http://www.pengo.it/luther

Cfr. Home, S.: *Neoismus, Plagiarismus & Praxis*, Edimburgo /San Francisco, 1995, p. 11 y http://www.thing.de/projekte/7:9%23/eliot_index.html

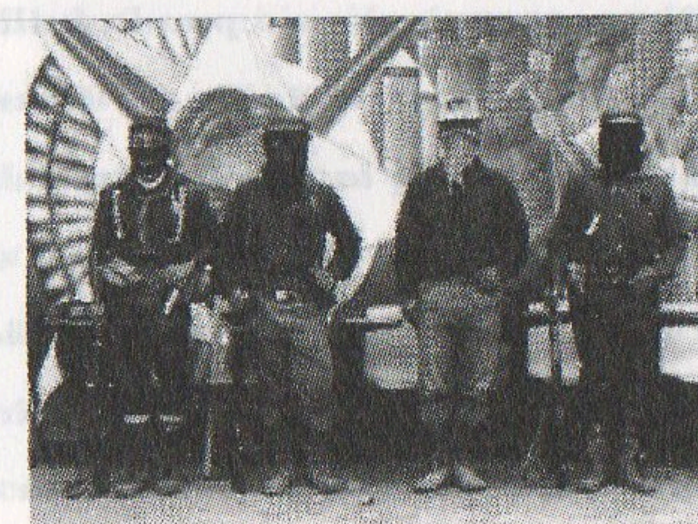
abstracto y jerárquicamente administrado. Su fuerza simbólica ya no se manifiesta de modo inmediato en la práctica de cada individuo. Los portadores de esta fuerza ya no son sino unos pocos, unos individuos «destacados», que ofician de líderes, de héroes y de ídolos. No es gratuito que el nombre múltiple surja en la actualidad justamente en aquel ámbito donde la idolatría burguesa por los individuos «destacados» es más pronunciada, es decir, en el ámbito del arte. La utilización de un nombre múltiple como nombre artístico excluye la adjudicación de una obra a un autor individual. Los ○ *neoístas* utilizaron consecuentemente este principio. Transformaron, por ejemplo, nombres artísticos como Harry Kipper en nombres múltiples, mientras que otros nombres como Monty Cantsin, con sus mitos correspondientes, deben ser considerados productos de la práctica artística neoísta. Finalmente debería mencionarse la creación del mito colectivo ○ *Luther Blissett* como una de las obras artísticas más importantes de la era postsituacionista. En este caso se recurrió –como en el caso de Karen Eliot– al nombre de una persona real.

Neoísmo

Luther Blisset

Un ataque especialmente alevoso a los conceptos burgueses de sujeto consiste en transformar de repente, e incluso en contra de su voluntad, a

Cuatro (4) Marcos



2. INTRODUCCIÓN A ELEGIR (Subraye la de su elección)

Después de algunos días de espera llegamos por fin al territorio de los
... zapatistas/rebeldes/ilegales.
Había
... caminado/corrido/galopado/andado a gatas/paseado (No exagere; conviene demostrar un poco de credibilidad)
varias
... horas/días/semanas/meses/años/quinquenios/décadas/siglos
en compañía de mi
... fotógrafo(a)/apuntador(a)/guía/acompañante/niñera/dama de honor/negro.
Habíamos atravesado amplias
... selvas/ríos/sierras/salas de espera/cafetales/pasillos/ mares/pasos subterráneos/desiertos.
Al final llegamos a un
... valle/bosquecito/claro/colina/puerto/bar/ monte/pueblo/estación de metro/sala de prensa/aeropuerto.

individuos reales en personas colectivas. Por ejemplo, ponerse una peluca en plan Julio Iglesias e imitar su voz y movimientos cantando; a este primer imitador seguro que le seguirán otros, y todo mezclado con la propia presencia de Julio Iglesias. Otro ejemplo puede ser el intento que se hizo durante la campaña electoral a la alcaldía de Zúrich de convertir, sin más, al candidato del campo burgués, Andreas Müller, en una persona colectiva: para ser parte de esta persona era suficiente con llamarse Müller y aparecer bajo este nombre en una papeleta electoral (➲*pasteleo electoral*).

En el contexto político actual existe otro nombre múltiple. Referente a los medios de comunicación, uno de los méritos estratégicamente más geniales de la guerrilla zapatista consistió en convertir el nombre de su portavoz, del subcomandante Marcos, en un nombre colectivo («Todos somos Marcos»). Con esta práctica no sólo seguían con su intención de deconstruir el principio del líder de la revolución o de la guerrilla —como ya hace vislumbrar el título «subcomandante»—, sino que a la vez crearon una forma nueva de mito colectivo: la persona del guerrillero real no tiene una historia clara e identificable. Sus atributos reconocibles como el pasamontañas y el uniforme no esconden su papel de signo vacío; al contrario, lo subrayan aún más. Precisamente por el hecho de que la persona real queda como borrosa, este lugar vacío puede ser llenado con innumerables historias y leyendas. En este

Ataque psíquico a la Oficina del Censo

Lo que en su momento funcionó con el Pentágono, seguro que no puede fallar con la Oficina del Censo. El 28 de mayo de 1995, al finalizar un programa de Radio Blisset, una multitud furiosa de unos setenta Luthers se encontraron ante la Oficina del Censo estatal para realizar un ataque psíquico «contra los nombres propios y a favor de la elección libre de nombre en todo momento». Como rito de reconciliación respecto a dos policías que exigían que se cruzase la calle por el paso de cebra, Luther Blisset bloqueó el tráfico y entrevistó a los conductores en directo, mientras repartía octavillas a favor de la supresión de los

Allí nos encontramos con
... el Sub/un rebelde/un gorro de esquiar con una pronunciada nariz/un criminal profesional,
del que nos llamó la atención, aparte de su gran nariz,
sobre todo el color de su piel
... blanca/negra/morena/rojiza/amarillenta/verdosa/azulada.
Sus ojos eran
... negros/marrones/verdes/azules/rojos/melados/pajizos/color maíz/color yogur/color muesli
y tenía
... nada de barba/poca barba/mucha barba.
Tenía el aspecto de un
... chaval de quince años/de cuarenta y cinco años/veinticinco/ochenta/cuarenta y seis años.
Mientras se acomodaba en
... un sitial/una silla giratoria/una mecedora/el suelo/el antepecho de una ventana/ un taburete/pupitre/sillón de directivo

proceso, el mito colectivo «Marcos» se convirtió en portador omnipresente de las más diversas significaciones, en expresión y punto de identificación de fantasías subversivas así como sexuales. (Estas últimas destacan de manera más clara la potencia simbólica de la persona colectiva: aunque nadie ha visto nunca su cara ni su cuerpo, Marcos fue elegido «el hombre más atractivo de México».) Al final se podía ver a decenas de miles de personas manifestándose por las calles de México D.F. al grito de «Nosotros también somos Marcos», como expresión impresionante de su fuerza política.

En eso el mito del «Sub» se distingue claramente del mito de un héroe individual como el Che Guevara: una frase como «Yo también soy Che Guevara» simplemente sería ridícula. Los gobernantes de México desde luego han entendido muy bien el funcionamiento del mito colectivo y las consiguientes prácticas mágicas. Eso se ve en sus esfuerzos desesperados (y sin resultado) por encontrar al individuo «real» que se esconde bajo el nombre, de enseñar públicamente su cara con el fin de reducirlo de mito colectivo a individuo burgués.

El origen de los nombres múltiples se pierde en la oscuridad de la historia, remite a prácticas religiosas y mágicas antiguas. Ya el nombre más antiguo y más vivo de estos nombres demuestra este principio con toda claridad: todas son desde siempre Buda. La participación en esta persona colectiva está mediatizada por la participación en una práctica:

Ataque psíquico a la Oficina del Censo.

nombres propios. A continuación él mismo escenificó, dirigido por su propia voz etérea, el ataque psíquico fantástico a la Oficina del Censo: durante más de dos minutos, los como mínimo cincuenta Luther presentes gritaron con fuerza la sílaba «ohm», consiguiendo crear una buena corriente de energía psíquica, que se vio interrumpida al empezar a desprenderse la primera repisa de una ventana. Cuando hacia las cuatro de la mañana empezó a dispersarse la concentración sediciosa, se podían continuar observando a más Luthers que llegaban en formación de combate haciendo ostentación de sus armas psicológicas.

se encendió su pipa, y después de

... saludar/amenazar/preguntar por la hora/cobrar honorarios por la entrevista/ proferir una retahila de insultos/lo mismo, pero insultando a otros/bostezar,

empezamos la entrevista.

3. LA ENTREVISTA:

Reportero .... (Escriba aquí sus iniciales o su nombre)

\- - - Sub, ¿qué piensa de Cuba?

El Sub: Cuba es

... un paraíso/una dictadura/el cielo/el infierno/todo a la vez/nada de todo esto.

\- - - ¿Qué será del Sub cuando el conflicto

... se haya acabado/resuelto/se complique/se agrave/se mitigue/se extienda?

El Sub: Bueno, pues yo

... me iré a otra parte/me jubilaré y criaré pollos/publicaré mis memorias/ seré candidato al Parlamento/me haré cambalachero/me acogeré al paro/dejaré de escribir/empezaré a escribir de verdad/me retiraré a la vida privada/rodaré una película/iré al cine.

\- - - ¿Qué siente uno como

... criminal profesional/sexsymbol/ilegal/rebelde/payaso/líder carismático/ vociferador/...?

El Sub: Pues,

... nada/todo/es una mierda/es agradable/es como un orgasmo/más o menos/ más que menos/menos que más.

\- - - ¿...? (Escriba aquí la pregunta de su elección)

El Sub: Pues,

(Escriba aquí la respuesta de su elección)

FIRMA PARA VERIFICAR LA ENTREVISTA:

(Recorte esta firma, siguiendo la línea punteada, y péguela, con cuidado, bajo su entrevista.)

Entrevista dada en las montañas del suroeste de México

(29-7-1994) Subcomandante Insurgente Marcos

✂..

(De *Charlie Hebdo/Hors de Série*, nº 4, 1995)

«Al realizar la práctica de Buda, sois como Buda. Veis con los mismos ojos, escucháis con los mismos oídos y habláis con la misma boca. No hay la más mínima diferencia».

Mediante la utilización de nombres múltiples se recobran de manera casi natural unas formas arcaicas que cuestionan la separación entre individuo y colectivo. Los nombres múltiples no son, en primera instancia, formas de anonimato (como tales no son mejores que no tener ningún nombre), sino que representan el ataque más fuerte a los conceptos modernos de subjetividad e identidad burguesas. Demuestran de manera clara que dichos conceptos son unas ilusiones ajenas a la naturaleza del ser humano. De esta manera manifiestan la verdad intemporal de la idea según la cual la identidad humana no es otra cosa que la articulación y el punto de confluencia de prácticas colectivas, que la identidad humana no existe más allá de esto. Sin embargo, esta verdadera fuerza subversiva del nombre múltiple sólo se demuestra en la práctica concreta: ¡Sé tú también Luther Blissett!

Luther se encuentra con John & Harvey





Un (1) Marcos



Principios y métodos de la guerrilla de la comunicación

La guerrilla de la comunicación es el intento de provocar efectos subversivos mediante intervenciones en el proceso de comunicación. Los diversos métodos y técnicas utilizados siguen generalmente dos principios: los principios del ○ *distanciamiento* y de la ○ *sobreidentificación*.

Los distanciamientos se basan en cambios sutiles en la representación de lo habitual que sacan a la luz nuevos aspectos de lo representado, crean espacios para una lectura no habitual de acontecimientos habituales y producen, por medio de desplazamientos, unas significaciones no previstas ni esperadas. La sobreidentificación, en cambio, significa expresar públicamente aquellos aspectos de lo habitual que, por lo general, son conocidos pero al mismo tiempo siguen siendo tabú. La sobreidentificación se toma en serio la lógica de los modos de pensar, de los valores y de las normas dominantes y lo hace con todas sus consecuencias e implicaciones justamente allí donde éstas no se expresan (no se pueden expresar) o donde se las quiere pasar por alto. Si el objetivo del distanciamiento consiste en crear una distancia frente a lo existente, la sobreidentificación quiere disolver los autodistanciamientos incorporados al discurso dominante. Lo subversivo de estos procedimientos se discutirá en los siguientes párrafos.

El principio del distanciamiento

Intervenir mediante el método del distanciamiento en un proceso de comunicación significa recoger formas, acontecimientos, imágenes e ideas existentes y cambiar su transcurso normal o su representación usual. Al principio, tales cambios pueden provocar una sensación de confusión debido al hecho de que cada persona posee a causa de su socialización dentro de esta sociedad un saber básico respecto a la ○ *gramática cultural* que preestructura sus percepciones. Esto quiere decir que normalmente existen unas expectativas relativamente claras sobre el aspecto que debe tener un determinado acontecimiento o una determinada situación y cómo tienen que desarrollarse. En cuanto surjan unos elementos inesperados o imprevistos en el proceso de comunicación, la normalidad con la cual las percepciones se adaptan a las estructuras de la gramática cultural se ve perturbada. La perturbación resulta especialmente eficaz cuando durante algunos instantes se mantiene una confusión sobre qué (o quién) no encaja bien. Esta confusión debería facilitar al público la posibilidad de ganar una cierta distancia respecto a la situación, por lo menos durante unos instantes. Así se posibilita una visión crítica frente a los modelos usuales de la percepción de hechos o acontecimientos. Para conseguir este efecto, el cambio introducido debe ser lo suficientemente claro como para perturbar la percepción normal. Pero malogra su fin, por lo menos parcialmente, cuando es

Oficina de Medidas Insólitas



«No a la violencia», 1991

NSk
L A I B A C H

De la subversión a la afirmación

El colectivo de artistas «Neue Slowenische Kunst» (Nuevo Arte Esloveno) (NSK) se fundó a principios de los años 80 en Ljubljana en el entorno del grupo de música rockera «Laibach». Durante los más de 10 años de su existencia se han dedicado sobre todo a una cosa: a cantar sobre la estética del poder y de la sumisión, sobre la escenificación del dominio y la disolución del individuo en el colectivo. En esta empresa, el NSK/Laibach se ha ceñido siempre y sin vacilaciones a la estrategia de la ○ sobreidentificación. Tomando como base teórica las tesis del psicoanalista y discípulo de Lacan, Slavoj Zizek, Laibach formuló su credo: la subversión no se crea mediante la producción de distancia irónica acerca de los hechos, sino más bien tomándonos el sistema más en serio de lo que él mismo hace. Se deben afirmar justamente aquellos aspectos de lo existente de los que no se puede hablar abiertamente, pero que, no obstante, subyacen en el orden simbólico dominante. Esta articulación afirmativa es subversiva, ya que los posibles puntos de ruptura están inscritos precisamente en las «verdades ocultas» del orden simbólico existente. La comunicación afirmativa de estas verdades hace evidente la ruptura. En su estética, el NSK/Laibach se remonta a la vanguardia clásica de los años 20, cuya

Cfr. los discursos de los conciertos de Laibach: Mlakar, Peter: *Reden an die deutsche Nation*, Viena, 1993.

http://kultarr.cit.gu.edu.au/~karlg/Laibach/chronology.html

previsible o cuando puede ser clasificado según modelos interpretativos simples y unívocos (también cuando sólo provoca la reacción: «Bueno, otra vez estos chiflados de la izquierda»).

El distanciamiento se basa en la hipótesis de que incluso las situaciones absolutamente «normales», cotidianas, contienen contradicciones internas, fisuras no expresadas y posibles paradojas. Eso es así incluso cuando los presentes no cuestionan de entrada una situación, de manera fundamental, sino que la consideran normal justamente por su «normalidad»; puesto que las personas presentes también tienen fisuras, no son homogéneas; como todos los seres humanos son sujetos fragmentados que tienen que luchar con contradicciones internas y externas. No solamente ocupan diferentes posiciones dentro del discurso imperante, sino que en algunos aspectos se salen de las estructuras predeterminadas y las contradicen. En concreto, eso puede querer decir, por ejemplo, que tienen miedo de perder el trabajo, pero al mismo tiempo, en el fondo, no les gusta en absoluto ese trabajo, para cuya conservación alguien (el jefe, el Ministro, etc.) les pide «sacrificios», o cuando las propias experiencias de injusticia y de perjuicios desmienten claramente las exhortaciones rimbombantes como «Tenemos que hacer causa común» o

La Giraldilla solidaria

El 20 de agosto de 1999 el grupo «preso-ekin elkartasun kideak» (solidari@s con los pres@s) consiguió llevar a todo el planeta la solidaridad con los presos políticos vascos y la denuncia de la dispersión, al colar en pleno escenario de inauguración de los Mundiales de Atletismo de Sevilla una mascota (una Giraldilla) solidaria, lo que provocó las iras de autoridades y prensa.



herencia constituye —según ellos— el fondo del que se sirven desde entonces todas las escenificaciones artísticas-estéticas de las ideologías políticas. Para demostrar la sintonía entre formas artísticas-estéticas e ideología política, Laibach reproduce la estetización fascistoide de lo político (o lo social) sin el más mínimo distanciamiento. Afirman la escenificación del dominio y del deseo de la sumisión, no la critican, puesto que la «distancia crítica» significa —siempre según la interpretación de Laibach— ante todo la posibilidad de sustraerse a reconocer cómo funciona la estetización de una ideología. Por esta razón el grupo normalmente suele negarse a comentar sus propias acciones o a adoptar una posición «crítica» respecto a ellas.

El procedimiento de Laibach puede ilustrarse de forma ejemplar a través de una performance que el grupo realizó a principios de los años 90 en un estadio de Belgrado. El punto culminante fue un discurso de militancia nacionalista en lengua serbia. Exigieron a los espectadores que mantuvieran y defendieran con todos los medios la pureza y el honor del pueblo serbio y la integridad de su territorio. Para dar colorido a su discurso, el grupo Laibach se sirvió de todos los medios a su alcance para escenificar una estética fascista, excluyendo conscientemente cualquier elemento de distanciamiento en esta representación monumental de heroísmo nacional.

«Estamos todos en el mismo barco». Pero si de repente pasa algo inesperado que invierte las reglas, que las ridiculiza o las hace absurdas, tal distanciamiento puede actuar como una oferta, en el sentido de mostrar que lo imposible es posible, que el hecho de adaptarse a la normalidad social sólo es una decisión y no exclusivamente una necesidad ineludible. Lo que una percibe como natural, en realidad no lo es; pues lo que se ignora en la percepción cotidiana sigue presente de todas maneras. Puede ocurrir que el distanciamiento respecto a lo normal apele a partes en las espectadoras que de otra manera quedarían reprimidas u «olvidadas» a causa de decisiones racionales. De este modo, es posible que el distanciamiento no actúe sólo como método destructivo. También puede actuar como (pequeño) indicador de caminos para utopías y formas de actuar que pretenden cambiar algo en la sociedad (◘ *Giraldilla solidaria*).

Las guerrilleras de la comunicación no practican el distanciamiento como un juego cualquiera y sin finalidad; éste adquiere carácter político cuando intenta hacer visibles y conscientes unas relaciones de poder naturalizadas y no expresadas, unos aspectos reprimidos o normalizados de las relaciones sociales. Las acciones de la guerrilla de la comunicación se basan en la idea de que son precisamente estos aspectos de situaciones y procesos de comunicación cotidianos en los que deberían fijarse ante todo los

Huevos lilas

Era un bonito césped verde, muy cuidadito y sin malas hierbas, siempre pulido y limpio. Y allá en medio estaba ese toro blanco. Desde su pedestal, viril y pletórico de energía, alzaba su mirada arrogante en medio del barrio obrero de Giesing, en Múnich. Cada vez que pasaba por allá, me tenía que parar a contemplar el toro, tanto si quería como no. A veces me reía con algunas amigas de sus atributos: «¡mirad, hoy sí que se le ve potente!». No nos hubiera sorprendido, si un día hubiera dado un salto desde su pedestal y se hubiera puesto a perseguirnos. Su aspecto era el de cualquier ligón típico de la calle: ese caminar con las

Por lo que se refiere al contenido, este discurso sólo fue una agudización mínima de la retórica nacionalista que se oía en aquellos tiempos prácticamente en todos los estados de la Yugoslavia en proceso de disolución. El grupo era consciente del peligro de que esta contextualización pudiera tener un efecto afirmativo, no sólo respecto a la forma, sino también en lo que a sus efectos se refiere. Laibach resolvió este problema mediante una tremenda provocación: en el transcurso de su discurso, fueron introduciendo paulatinamente palabras y frases centrales sobre la sangre y el suelo en alemán, sin que se produjera ninguna ruptura más. Con el trasfondo de los crímenes que habían cometido los fascistas nazis y sus cómplices en Serbia, cualquier interpretación afirmativa quedaba excluida. Un hecho que debía haber asustado a los espectadores justamente porque mantuvieron la afirmación del heroísmo serbio-nacionalista a todos los demás niveles con suma consecuencia.

http://kultarr.
ill.gu.edu.au/
~karlg/Laibach/
NSKunst.press
movie http:
//lois.kud-fp.si/
~lukap/embassy/

Desde principios de los años 90, el grupo se ha dedicado sobre todo a estudiar los mecanismos de construcción de lo nacional. Con el trasfondo de la disolución de Yugoslavia en diferentes Estados nacionales, el grupo desarrolló el proyecto de la fundación de un «Estado NSK». Recurrieron en eso a todos los atributos simbólicos del Estado-nación. Incluso elaboraron de forma mimética la construcción de una historia nacional mediante el montaje consciente de partes de la memoria colectiva.

planteamientos críticos y subversivos. El resultado, sin embargo, queda siempre abierto: es imposible influir en la reacción del «público», en si se tomará el ataque a las expectativas e ideas preconcebidas como una experiencia interesante o si lo rechazará.

Las posibilidades del distanciamiento son consecuencia del hecho de que los mensajes despliegan su plena significación gracias a las condiciones concretas, por las situaciones en las cuales se producen. Así nos parece normal que un orador salude a su público con las palabras «estimados señores, estimadas señoras», independientemente de si realmente estima o no a su público. En cambio, si un profesor utiliza estas mismas palabras dirigiéndose a sus alumnos hay que pensar que lo hace en plan irónico y lo más seguro es que no se trata de un saludo amable. El ejemplo demuestra que el distanciamiento de una situación mediante la utilización de elementos lingüísticos dentro de un contexto inapropiado es un procedimiento bastante cotidiano. Tampoco constituye automáticamente un acto subversivo. En nuestro ejemplo, el profesor se encuentra en una posición superior respecto a las alumnas y no hace más que ostentación de su poder cuando recurre a diferentes registros del lenguaje.

Muchos métodos y técnicas de la guerrilla de la comunicación se basan en el principio del distanciamiento. Obviamente, parece oportuno crear distanciamiento allá

Huevos lilas ...

piernas abiertas para que no se lastimen los enormes testículos con los duros músculos. Y justamente éstos fueron los que un día dejaron de ser; no, no es que desaparecieran, sino que simplemente dejaron de ser blancos, para pasar a adoptar un color rosa cantón como el culo de un mandril. El pobre toro, rodeado de ese jugoso césped verde, parecía que incluso se le subían los colores, cuando pasábamos por allí y nos reíamos de su virilidad psicodélica. Sus colores se volvieron cambiantes: cada vez que se le limpiaba la «entrepierna», volvía a adquirir al poco tiempo la tonalidad rosa, para escándalo de las señoras que paseaban por

En el caso del «Estado NSK» se demuestra, sin embargo, que incluso la sobreidentificación más grotesca puede ser afirmada por la realidad; pues se cuenta que algunos ciudadanos bosnios, afectados por la guerra civil, lograron viajar aún durante algún tiempo con pasaportes NSK.

Puede que muchos aspectos de la praxis de NSK/Laibach tengan que ver con el trasfondo de la antigua (ahora ya ex) Yugoslavia, trasfondo con el cual actuaban y siguen actuando. El grupo, no obstante, considera eso como un «espejo en el cual Occidente ve reflejada su propia verdad oculta» (Zizek). Aunque el NSK/Laibach utilice formas estéticas del fascismo histórico o del socialismo real para sus puestas en escena, es decir lo que ellos llaman «totalitarismo», el «Occidente libre» liberal-capitalista siempre queda incluido. Según la interpretación de NSK/Laibach, el «totalitarismo» justamente no es el gran «otro» del Occidente libre y democrático, sino más bien un fenómeno inherente a la estructura fundamental de cualquier sociedad productora de mercancías.

Según la lógica de NSK/Laibach, resulta consecuente que no vean ningún problema en permitir su recuperación comercial y política. El hecho de que el NSK se haya podido convertir —por lo menos en parte— en un «arte estatal» del nuevo Estado de Eslovenia confirma los conceptos estéticos de esta lógica, antes que problematizarlos. No es fácil decidir si eso es «cierto». Durante una semana se sellaron, por ejemplo, oficialmente cartas con sellos del «Estado NSK» en la central de Correos del Ljubljana/Laibach, hecho que torna muy borrosa la

donde todos saben que se quiere comunicar algo. Por este motivo los carteles políticos y de publicidad, así como los monumentos (➲ *sniping*) constituyen objetivos especialmente apreciados para acciones de distanciamiento. Pero existe también la posibilidad de provocar distanciamiento respecto a una situación en su totalidad. Normalmente se trata de actos cargados de significación o de rituales públicos (actos electorales, homenajes, reuniones). Las relaciones de poder, sin embargo, no se expresan exclusivamente en situaciones donde se manifiestan abiertamente, sino también en situaciones totalmente cotidianas. En dichas situaciones, el distanciamiento nos posibilita desvelar estas relaciones de poder y estorbar su funcionamiento normal.

El hecho de que exista un nexo semántico entre los mensajes (escritos o hablados) y las situaciones en las cuales éstos se producen ofrece grandes posibilidades de intervención creativa. Existe, por ejemplo, la posibilidad de cambiar un mensaje para evidenciar la situación en la que se produce. Este modo de distanciamiento se basa en la idea de que la información nunca es sólo una comunicación objetiva de hechos. A pesar de —o quizás justamente por— presentarse como tal, la información siempre transporta elementos ideológicos que pueden ser sacados a la luz mediante añadidos o cambios distanciadores. Cuando los mensajes escritos u orales van acompañados de imágenes como

Huevos lilas .

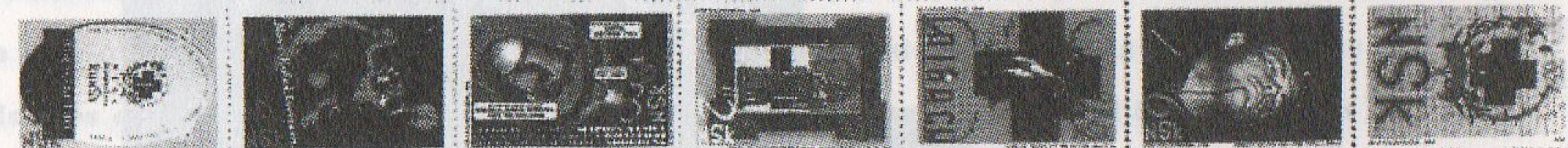
allí e irritación de los caballeros que las acompañaban. Al final el toro debió de optar por la retirada. Sólo queda de él su pedestal, y corre el rumor de que todos los portadores de rabo acostumbran a dar un rodeo para evitar el lugar.

La obra más completa sobre NSK/Laibach se llama simplemente: Neue Slowenische Kunst (NSK). The Original NSK Book with english translation, Zagreb, 1991.

línea de distinción entre afirmación, sobreidentificación y deconstrucción. Queda abierto si tales prácticas aún conservan aspectos subversivos; y más, cuando el NSK/Laibach —siguiendo también en eso su propia lógica— nunca había dicho que tuviesen tales aspiraciones. ➲

suele pasar con la publicidad (➲ *subvertising*) se pueden introducir cambios tanto en el texto como en la imagen. Naturalmente existe la posibilidad de distanciar ambos, el texto y la imagen. Pero los cambios tienen que ser bastante sutiles para que el original quede siempre reconocible. (Ya que, sin esta referencia, el efecto distanciador se pierde y se crea algo absolutamente nuevo.) Un buen ejemplo de ellos es la publicidad americana del perfume de Calvin Klein «Obsession for men» (Obsesión para hombres). Bajo el nuevo texto de «Recession for men» (Recesión para hombres) aparece en vez del guaperas arregladito un sin techo que tiene puesta su mirada en un punto lejano al igual que lo suelen hacer los modelos masculinos. Las dislocaciones del enunciado (escrito y gráfico) critican el mundo idealizado falso de la publicidad. En este contexto, la espectadora ni siquiera tiene que conocer el texto o la imagen original de la publicidad tergiversada, puesto que, dado el trasfondo de unas maneras de leer y de ver aprendidas, la crítica resulta obvia para todas aquellas personas que se dan cuenta de los desplazamientos ocurridos.

Por otro lado, un mensaje puede cobrar un sentido diferente cuando se da en un contexto cambiado. Tales distanciamientos hacen referencia a un mensaje dado y al mismo tiempo sacan a la luz nuevos aspectos, mediante la nueva contextualización, que normalmente no se perciben. El resultado es que un mismo mensaje puede cobrar nuevas



significaciones, que se hagan conscientes estratos de significación no previstos a nivel del texto original, puesto que sólo surgen en un contexto situacional determinado.

En el libro *SpassGuerilla* (La guerrilla divertida) se constata a regañadientes que la publicidad utiliza también métodos de distanciamiento. Naturalmente es duro tener que reconocer que justamente los peores vasallos del capitalismo, es decir, los tipejos de la publicidad, juegan con elementos del distanciamiento que desde los tiempos de Bertolt Brecht parecían ser dominio de la izquierda. Para salirse del dilema de que los propios métodos tengan un gran parecido con las formas de aprovechamiento capitalistas (○ *La fábrica de las ideas*), el autor anónimo del libro hace el intento de distinguir entre un distanciamiento «tranquilizador» y uno «perturbador». Califica el método utilizado por la publicidad de los medios de comunicación como distanciamiento tranquilizador, y opina que tiene un carácter manipulativo. No obstante, hay que preguntarse si esta valoración es cierta o si sólo sirve de escudo para quedar a salvo de los tiros, puesto que los tipejos de la publicidad actualmente se sirven también del distanciamiento «perturbador». El mejor ejemplo lo constituyen la campañas de Benetton. Los carteles con los recién nacidos ensangrentados, con los enfermos de sida o con las camisetas agujereadas de soldados acribillados demuestran que, según las circunstancias, las provocaciones perturbadoras también pueden tener un efecto propagandístico.

SpassGuerilla, Münster, 1994 (Berlín 1984), pp. 75-84.

Este ejemplo pone claramente de manifiesto que el método del distanciamiento no va unido a un concepto político. El intento de salvarlo mediante una definición de las garras de la utilización capitalista está de antemano condenado al fracaso. El distanciamiento no es subversivo en sí y por sí. Únicamente el contexto y la forma de su aplicación determinan su efecto.

Al igual que en otros ámbitos, el poder puede usar prácticas de distanciamiento en el ámbito político para conseguir sus fines. Un ejemplo es un cartel electoral de la CDU para las elecciones autonómicas de 1996 en Baden-Wurtemberg. En una gran superficie blanca no se veía otra cosa que un *smiley*, cuya cara sonriente se formaba con las letras C, D y U. En años anteriores, el hecho de pintar esta imagen con un rotulador en un cartel habría reportado una denuncia por daños materiales; ahora, sin embargo, recurren a este smiley para hacer ver que la CDU es un partido «en onda», «guay» y joven. La idea tradicional de que la política tiene que convencer con argumentos se abandonó aquí a favor del efecto sorpresa de las técnicas propagandísticas. No obstante, también sería absurdo pensar que las intervenciones políticas basadas en el distanciamiento de aquí en adelante ya no pueden ser subversivas, puesto que también suministran sugerencias para el desarrollo y el refinamiento de las campañas electorales. Pensar que la guerrilla de la comunicación es una práctica «segura» que fundamenta un lugar codificado claramente «de izquierdas» se basa en un error de razonamiento esencial; ya que con la ocupación de un lugar empieza al mismo tiempo su vulnerabilidad, su recuperación por el poder. La guerrilla de la comunicación, sin embargo, no es una ○ *estrategia*, sino una táctica. Su meta no puede consistir en defender unas posiciones a cualquier precio. Su fuerza más bien se basa en su movilidad, en su capacidad de inventar siempre nuevas acciones que puedan abortar los intentos de recuperación y asimilación. La ventaja de la guerrilla de la comunicación se basa justamente en lo siguiente: quien habla desde el lado del poder siempre tiene que defender una posición estratégica.

En concreto eso significa que por muy «en onda» que la CDU se presente, esta «onda» siempre tendrá unos límites bastante estrechos. Por eso, por ejemplo, es fácil darle otra vez la vuelta al smiley de los carteles electorales. En vez de arrancar enfurecidas estos carteles de la CDU, las guerrilleras de la comunicación los «completarían» quizás con lemas en favor de las más diversas drogas (○ *sniping*) para «acercar» al smiley más a su significado original. Si alguien se tomara en serio ese cartel de publicidad y su mensaje, sería tal vez clarificador para los espectadores si se completase el cartel con algún texto ilustrativo: arriba y abajo aún queda suficiente espacio para comentarios como: «Xtasy frees your mind» o «María te quiero» (quizás con el dibujo de la hoja). Pequeñas transformaciones de la carita del smiley podrían reflejar su estado mental determinado por el consumo de música y drogas de diseño. Con el eslogan «No al poder, sí a las drogas» se podría tergiversar la imbécil campaña antidrogas: «No al poder de las drogas», y ponerla un poco en su sitio.

© 1990 Kunst & Kampf, Göttingen



El Hombre de Neandertal

Con motivo de la mani del grupo de arte y agit-prop «Kunst und Kampf (KUK)» (Arte y lucha) de Göttingen contra la reunificación alemana, se regaló un dinero de bienvenida algo especial en una tirada millonaria: un billete de 100 marcos de la «República Bananera de Alemania», en copias láser y decorado con el retrato de un neandertal. Las enfurecidas noticias de los diarios confirmaron el éxito de la acción: «Camarera aceptó el billete de la "República Bananera de Alemania"», «Un jubilado, medio ciego, amenazado de multa. Pagó con la falsificación de 100 marcos sin sospechar nada — El Banco Central lo quiere multar».

«Informe verdadero acerca de las últimas posibilidades para salvar el capitalismo italiano» era el título de un folleto que se envió en 1975 a destacados representantes del mundo económico, político y mediático italiano. El desconocido autor firmó con el seudónimo «Censor». El contenido del texto era explosivo. Partiendo de un análisis de los errores de la clase política burguesa de las últimas décadas, «Censor» sacó la siguiente conclusión: el sistema capitalista de Italia sólo podría salvarse mediante la inclusión del partido comunista (PCI) en las responsabilidades del Estado burgués. El rechazo de este «compromiso histórico» por temores pusilánimes sería inoportuno, puesto que las supuestas tendencias revolucionarias del PCI «nunca han sido otra cosa que "productos de exportación" para el pueblo».

«Censor» (Sanguinetti, Gianfranco): *Rapporto veridico sulle ultime opportunità di salvare il capitalismo in Italia*, Milán, 1975.

Por su lenguaje, estilo y argumentación, «Censor» se identificó como representante de la élite intelectual burguesa. Inmediatamente después de la publicación del texto, empezaron las especulaciones fantásticas sobre la identidad de «Censor»: ¿era uno de los más destacados intelectuales de la Democracia Cristiana?, ¿un periodista recién fallecido?, ¿o incluso un autor pagado por los comunistas? El caso es que la mayoría de la gente coincidió en afirmar que el autor anónimo tenía que ser una personalidad procedente del «centro del poder». Después de la

El principio de la sobre-identificación

El objetivo del distanciamiento es crear una distancia entre actores y espectadores respecto a las relaciones dominantes para cuestionar de este modo su aparente normalidad. La sobreidentificación, en cambio, significa posicionarse consecuentemente dentro de la lógica del orden dominante y atacarla en su punto más vulnerable, o sea, en su centro. Trasluce aquí la idea de que los discursos abiertamente críticos y moralizantes para con el Estado y su ideología ya no tienen ningún efecto, mientras que un distanciamiento irónico tal vez pueda tener incluso un efecto más estabilizador que subversivo. Los actuales discursos ideológicos se caracterizan a menudo por una crítica interiorizada, anticipada de sí mismos. Referirse irónicamente a estas contradicciones queda dentro de su lógica y «al fin y al cabo le hace el juego a los poderosos». La sobreidentificación se decide por el camino contrario. Rompe la ideología del cinismo, renunciando completamente al distanciamiento e identificándose hasta tal punto con la lógica del sistema dominante que lo toma más en serio que el mismo sistema sería capaz de hacerlo. Ahora bien, ¿qué significa eso concretamente? Zizek parte de la idea de que una ideología consta siempre de dos partes: los valores «explícitos», declarados y propagados públicamente por un sistema político, y su «cara oculta». Con esto se refiere a la

Zizek, Slavoj, cit. según Arns, Inke: *Neue Slowenische Kunst (NSK) – ihre künstlerische Strategien im Jugoslawien der 80er Jahre.* Tesina, Berlín, 1995.

El Museo Kraak

En 1994 «El gato negro», una casa okupada ya desde hace años en el centro histórico de Amsterdam, se vio amenazada nuevamente con una orden de desalojo. A raíz del estado algo cutre del edificio a las okupas (en holandés: «kraakers») se les ocurrió una idea: declararon su casa museo. Comunicaron a la prensa que la casa se encontraba prácticamente aún en el estado original de cuando fue ocupada por los primeros kraakers y que nunca ha sufrido cambios de mobiliario. Sobre todo la cocina daría aún una impresión excelente de una tradicional casa ocupada de los años 80.

publicación del texto, las tesis de «Censor» —mediante las cuales había elaborado con lógica férrea su análisis de las posibilidades de salvación del capitalismo— se convirtieron en el tema de largas y controvertidas discusiones, en las que curiosamente ninguna de las partes cuestionaba las tesis centrales del texto.
Sólo después de haber pasado medio año apareció otro texto donde el situacionista Gianfranco Sanguinetti confesaba su autoría: «Censor» jamás había existido. El autor era un miembro de la extrema Izquierda, que poco antes de publicar el texto había pasado algunos meses en la cárcel por la acusación absurda de haber provisto a los terroristas italianos de armas. ¿Pero qué llevó a un antiguo miembro de la ○ Internacional Situacionista a reflexionar justamente sobre el mantenimiento del capitalismo y a colar estas reflexiones bajo seudónimo en la discusión pública? ¿En qué consistía la fuerza explosiva de la acción de Sanguinetti?
En los años 60 y 70, la estructura social de la sociedad italiana se había visto marcada por la existencia de un fuerte proletariado industrial, potencialmente revolucionario, que en parte había desarrollado formas autónomas de organización y acción («Autonomia Operaia») fuera del contexto de los sindicatos tradicionales y de las organizaciones de los partidos de izquierda. Hacia finales de los años 60 se agudizaron también en Italia los conflictos sociales. Hubo ocupaciones de fábricas y rebeliones estudiantiles. Esto acabó en los años 70 en conflictos abiertos y militantes. En aquella situación, el fuerte Partido Comunista de Italia tuvo de hecho una

implicaciones que cada ideología conlleva, pero que aparentemente la contradicen. A pesar de ser generalmente conocidas, tales implicaciones son integradas por el hecho de quedar calladas y convertidas en tabú. Cojamos como ejemplo el racismo de Estados Unidos que, por un lado, es esencial para el funcionamiento de la sociedad norteamericana, pero que, por otro lado, contradice tendencialmente sus «valores oficiales»: durante mucho tiempo el racismo tenía su lugar en la sociedad por la existencia del secreto e ilegal Ku-Klux-Klan. El discurso dominante mantiene una posición distante respecto a estas «verdades ocultas» que son, al mismo tiempo, partes esenciales del sistema y puntos de fractura. De ellos solamente se puede hablar, si acaso, en tono irónico, cínico o de distanciamiento crítico.

Dada esta situación, una forma eficaz de subversión puede consistir en expresar de modo afirmativo dichos aspectos callados y hacerlo de forma convincente, imitando la lógica del sistema con la máxima fidelidad para que nadie de los confrontados con ella tenga muchas posibilidades de distanciarse. Para los sujetos confrontados con una afirmación tal, eso no significa —como en el caso del distanciamiento— una apelación a sus partes subversivas, no vividas pero de alguna manera siempre sentidas. En el caso de la sobreafirmación se trata más bien de atacar conductas «seguras» que coinciden con la ideología dominante para provocar la aparición de las caras ocultas que esconden. Es decir, si

El Museo Kraak ...

Al principio, el museo sólo podía ser visitado por «amigos» que habían pedido hora. Luego acudía cada vez más gente, hecho que despertó el interés de los medios de comunicación. Finalmente, el Kraakmuseum fue descubierto también por algunos equipos de televisión. Antiguos okupas cedieron «objetos históricos» que se exhibieron en exposiciones. Algunos domingos, un ex okupa hacía de guía del barrio para los turistas. Los medios internacionales veían en el Kraakmuseum una nueva prueba de que en una ciudad tan liberal como Amsterdam todo es posible. Las okupas utilizaban este mito y denunciaron la

función vital para la pervivencia del orden capitalista-burgués. Sólo el PCI era capaz de reconducir los enfrentamientos sociales por vías burocráticas y reglamentarias, y de integrar por lo menos parte de la clase obrera en el sistema político, es decir, de alejar el peligro de una situación revolucionaria. Esta función del PCI se manifestó claramente en el cambio de su retórica política desde finales de los años 60. Si antes aún predominaba la retórica leninista-gramsciana de conseguir la hegemonía con el objetivo de una revolución del orden social, eso cambió en el momento en que los enfrentamientos sociales empezaron a agravarse. Ahora el PCI evocaría el fantasma de la llegada de un nuevo fascismo si el PCI no apoyaba el orden democrático a través de su entrada en el Gobierno burgués. Bajo el signo de este compromiso histórico, la clase trabajadora no sólo tenía que tragarse cualquier sapo, sino que se denunciaba también toda oposición de izquierdas como fascista. Eso condujo incluso finalmente a que el PCI desempeñara un papel destacado en la brutal desarticulación de los movimientos de izquierda militantes de finales de los años 70.

Pero no era ninguna casualidad que esta línea acabara en una debacle para el PCI. (No fue hasta 1996, cuando ya se habían transformado en socialdemócratas, cuando los comunistas entraron en un Gobierno italiano.) La paradoja del sistema político italiano consistía precisamente en el hecho de que el PCI fuera, por un lado, a nivel funcional una parte esencial del orden capitalista-burgués, y que, por otro lado, sólo podía cumplir con dicha

los valores que una ideología vehicula conllevan al mismo tiempo su contrario, como centro sólo queda una mancha vacía. El funcionamiento de la sobreidentificación puede demostrarse de forma casi ejemplar mediante la acción del situacionista Sanguinetti, que provocó en 1975 un escándalo en Italia. Para poder comprender mejor esta acción hay que conocer la estructura del sistema político de la Italia de los años 70. Por este motivo la analizamos en un texto aparte (⊙ *Sanguinetti y la salvación del capitalismo italiano*).

Sanguinetti

Tal ataque sólo es efectivo cuando, aparentemente, el interlocutor se posiciona claramente dentro de la lógica del sistema. Por esta razón, el principio de la sobreidentificación resulta bastante más problemático de aplicar que el principio del distanciamiento. Es más, la sobreidentificación sólo tiene efectos subversivos cuando realmente toca «el nervio», es decir, cuando ataca las fisuras ocultas del orden simbólico. Mientras que un distanciamiento malogrado en el peor de los casos puede quedar como un arbitrario juego postmoderno sin consecuencias, una sobreidentificación fracasada puede provocar justamente lo contrario de lo que quería. En la práctica es difícil valorar si realmente se ha dado con las fisuras importantes de los discursos dominantes. Es posible que una acción haya sido recuperada ya antes de realizarla. En Alemania, por ejemplo, los discursos racistas han proliferado en los últimos años de tal manera que una sobreidentificación en este ámbito ya no tendría un efecto detonante.

El Museo Kraak .

amenaza de derrumbar el museo como un ataque a la cultura. Al final todo eso no sirvió de gran cosa. Los burócratas nunca se han mostrado muy receptivos a los argumentos. La casa fue desalojada por un grupo especial de antidisturbios y la policía a caballo atacó a las protectoras no armadas de la casa. El inesperado renacimiento del histórico movimiento okupa llegó así a su fin.

función estando excluido formalmente de la participación en el poder político. El hecho de que hubiera sido la integración del PCI, y no la opción fascista, la que garantizó la estabilidad del orden era la verdad oculta que se escondió detrás de la retórica política bipolar anticomunista o bien antifascista de los partidos políticos tanto de la derecha como de la izquierda.

El texto de «Censor» no hizo otra cosa que decir esta verdad abiertamente. Que lo hiciera de modo afirmativo en vez de escribir una crítica esclarecedora provocaría que la opinión pública se viera incapaz de sustraerse a las consecuencias de su argumentación. Lo interesante era que el partido comunista, el blanco directo del duro ataque del texto de «Censor», se abstuviera de cualquier comentario y que intentara ignorarlo. Sanguinetti formuló este efecto de la siguiente manera: «Estas verdades son, por lo demás, tan sencillas que, una vez pronunciadas, todo el mundo se ve obligado a admitirlas; pero al mismo tiempo son verdades bastante feas e inquietantes, ya que nadie hasta ahora se atrevió a decirlas en voz alta: son las verdades de este mundo». Y al que no le gusten, debería —de grado o por fuerza— cambiarlas. ⊙

Existe otra forma de la sobreidentificación que fue practicada por el grupo artístico ⊙ NSK *(Neue Slowenische Kunst = Nuevo Arte esloveno)* y especialmente por la banda Laibach. Cogen los rituales de la autoescenificación del Estado nacional y los ponen al servicio de una ideología artificial y disfuncional. Aunque las relaciones entre los diferentes elementos estéticos parecen estar en sintonía, en esta ideología aparentemente coherente el lugar del núcleo portador de significación (o sea, la propia nación) queda vacío. Es difícil, sin embargo, percibir este vacío. La única diferencia con la escenificación de una nación «real» consiste en el hecho de que los de NSK no reivindican tal punto de referencia para su proyecto. Pero precisamente el hecho de que la escenificación funcione a pesar de todo, evidencia mucho mejor que cualquier crítica argumentativa los mecanismos de construcción de la nación.

NSK/Laibach



Técnicas

Los métodos del ⊙ *distanciamiento* y de la ⊙ *sobreidentificación* que se encuentran en la base de la mayoría de las acciones de la guerrilla de la comunicación pueden realizarse mediante una gran diversidad de métodos y técnicas. Pueden utilizarse o bien por separado o bien combinados. En el ⊙ *fake* (falsificación), por ejemplo, se entrelazan toda una serie de métodos y técnicas. En este contexto entendemos como «métodos» diferentes procedimientos y planteamientos a través de los cuales se pueden conseguir efectos de distanciamiento y de sobreidentificación. «Técnicas», en cambio, son formas concretas de realización. Pero no siempre es posible distinguir claramente entre los dos sin caer en la trampa de unas reglas exageradamente sutiles. Por esta razón preferimos parar aquí nuestro intento de clasificación.

La invención de hechos falsos para crear acontecimientos verdaderos

La invención de hechos falsos para crear acontecimientos verdaderos es un método para evidenciar y criticar los mecanismos que determinan la producción hegemónica de imágenes mediáticas y políticas de la realidad. Este método va mucho más allá de las formas analítico-emancipadoras de información y contrainformación. No ataca la representación concreta de determinados temas, sino que juega con los mecanismos mediante los cuales la política y los media producen acontecimientos de relevancia social. Un ejemplo: el aumento comparativamente elevado de la «criminalidad» prácticamente no fue un tema de interés durante los años 80, mientras que el aumento relativamente bajo de los años 90 se convirtió en un acontecimiento central para los media. Lo mismo pasa con conflictos bélicos: muchas veces pueden perdurar años antes de ganar en actualidad mediática por alguna circunstancia. Mediante la invención de acontecimientos se intenta dirigir los mecanismos que determinan el compás mediático contra el poder dominante.

Radio Alice
A/Traverso IlMale
Yippies

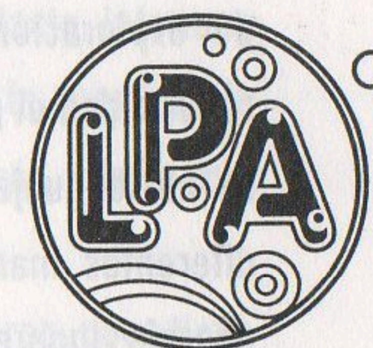
La idea de crear acontecimientos verdaderos mediante informaciones falsas («Segni falsi, informazioni false che producano eventi veri») fue planteada en 1977 por el colectivo de revistas de Bolonia A/traverso (⊙ *Radio Alice*, ⊙ *A/traverso – il Male*). Pero en realidad los ⊙ *yippies* ya se habían servido de este método. En 1967 escenificaron en la Quinta Avenida de Nueva York una gran fiesta de celebración, con la ayuda de 2.000 jóvenes en una acción callejera espontánea, para dar a conocer el fin de la guerra del Vietnam: «Allen Ginsberg entró corriendo en restaurantes de comida rápida, con los brazos en alto, dando saltos y gritando a voz en cuello: "¡La guerra ha terminado! ¡La guerra ha terminado!"». Incluso los maderos que intentaban disolver la celebración ilegal se convirtieron «de repente en parte de la celebración». Con eso no sólo se consiguió que el Gobierno se viera obligado a desmentir el hecho, sino que mucha gente fue sacada de su rol habitual: «Gente que estaba a favor de la guerra se preguntaba en balde cómo habían de reaccionar a este desafío psicológico. No podían ignorarlos como habían hecho con los carteles con el lema "¡Terminad con la guerra!"».

Rubin, Jerry: *Do it! Sceneggiatura per la rivoluzione*, Milán, 1971.

Para poder difundir eficazmente un acontecimiento inventado, generalmente se necesita una instancia que infunda credibilidad y autoridad, sirviendo de esta manera de aval (involuntario) para la «veracidad» de la invención. Hay que utilizar, o bien inventar, el nombre de un autor o de un medio. Acontecimientos bien inventados se sirven de temas con mucha carga emocional en determinadas situaciones políticas o sociales, temas relacionados con miedos o deseos. Eso se consiguió en Roma en 1978 cuando *Il Male*, sirviéndose de la cabecera del *Corriere dello Sport*, anunció la suspensión del campeonato

1980, diez años antes de tiempo: «¡Reunificación! ¡Alegría, alegría, alegría!»

Durante el verano de 1980, muchos alemanes sorprendidos se enteraron en los kioscos de las ciudades turístiscas de la costa adriática de una noticia sensacional. En un periódico Bild-Zeitung, que era clavado al original, se vio en grandes titulares: «¡Reunificación! ¡Alegría, alegría, alegría!» Luego, en letra más pequeña: «Schmidt en secreto con Honecker», «La bomba estalló en el Wartburg» e «¡Increíble: Schmidt y Honecker lloraron!» Este fake que se distribuyó con una tirada de 30.000 ejemplares con la revista Il Male causó bastante caos. Algunos turistas alemanes que se estaban tostando en las playas de la «parrilla de teutones»



London Psychogeographical Association (LPA)
«40 años de no-existencia»

http: //web.cs.city.ac.uk /homes/louise/ omphalos.html

Bey, Hakim: *A ruota libera. Miseria del lettore di T.A.Z.: autocritica dell'ideologia underground*, Roma, 1996.

http: //www.t0.or.at/ aaa/ u. http: //netbase.t0.or.at /aaa/

La psicogeografía se presenta como la ciencia de las cualidades psíquicas de los paisajes habitados. La escuela situacionista de la psicogeografía (⊙ Internacional Situacionista) se concentró en la exploración de ciudades y su método preferido fue deambular, pasearse y dejarse llevar por la corriente de las energías psicogeográficas. A consecuencia de sus propias sensaciones, minuciosamente documentadas, transformaron los planos objetivos de las ciudades en mapas subjetivos. La Asociación Psicogeográfica de Londres (The London Psychogeographical Association, LPA)[1] se propuso sacar del olvido el mundo de los signos visibles (por ejemplo, en Stonehenge) y perceptibles (leylines/líneas de energía) de corrientes psíquicas de energía. La Asociación está en intercambio con universidades, la clase obrera y destacados místicos (entre ellos, Hakim Bey), así como con institutos psicogeográficos de Milán y Bolonia. Mantiene contactos con la Association of Autonomous Astronauts [2] y la Luther Blissett Three Sided Football League. Difunde los resultados de sus investigaciones durante paseos públicos

1980, diez años antes de tiempo: «¡Reunificación! ¡Alegría, alegría, alegría!» .

desmontaron de golpe y porrazo sus tiendas y se fueron directamente a Berlín. Pero que sorpresa se pegaron al ver que los controles fronterizos seguían en pie, y al parecer la redacción del Bild-Zeitung recibió varias quejas. Para que no nos digan nunca más que los lectores del Bild-Zeitung no se creen lo que leen. Que lástima, sin embargo, que la misma bromita no se revelara la segunda vez —10 años más tarde— como falsificación.

de exploración o excursiones a lugares que son nudos psicogeográficos. Además editan con regularidad el periódico LPA-Newsletter.

En un lenguaje que plagia textos y figuras argumentativas esotéricas, la LPA crea vínculos entre diferentes manifestaciones de energías psicogeográficas (eclipses solares o lunares, líneas de energía, lugares sagrados celtas) y relaciones sociales de poder. De la coincidencia de la palabra inglesa para el Mar Mediterráneo —«Meditteranean»— con el nombre de la región inglesa «Midlands», ellos deducen que Londres es la «Segunda Roma» y que, por tanto, posee un derecho incuestionable a ejercer su dominio y, además, que la tierra es plana.

En su Newsletter la LPA desvela los verdaderos secretos de la Casa Real inglesa. Según ellos, la capacidad de la «Windsor Gang» (la Banda de los Windsor) de dominar no estriba en su poder económico o político, sino en su minucioso conocimiento de secretos datos psicogeográficos. Afirman que no era casual que la Queen visitara en 1995 uno de los lugares psicogeográficos más importantes de Inglaterra, es decir Greenwich, y que escogiera para la ocasión un día de eclipse solar, y que además entrara en el templo masónico del lugar siguiendo una de las «leylines» (líneas de energía) más importantes. La LPA utiliza el popular discurso esotérico para afirmar a través de él posiciones izquierdistas, no previstas en estos ámbitos. Por ello sólo es lógico que se pongan también al servicio de las clásicas protestas sociales. Indicando direcciones de contacto, informan sobre la lucha por un árbol en Inglaterra que está amenazado de ser talado por la ampliación de la cuestionada autopista M 11. Su destrucción podría ser retardada, colocando en su copa una casita y abajo un buzón, con lo cual quedaría definido como vivienda y gozaría de la protección de la ley.

A su manera, la LPA se ocupa también del tema de la construcción de «razas». Su discurso, sin embargo, poco tiene que ver con los rectilíneos discursos emancipativo-esclarecedores de la izquierda. Con una grotesca mezcla de fuentes históricas, comparaciones de esqueletos y grupos sanguíneos y coincidencias lingüísticas demuestran que hubo una migración de pueblos de África a las Islas Británicas. En contra de otras hipotésis, ellos dicen que los celtas habían sido negros y, además, habían sido los precursores del islam. Para los racistas siempre ha sido de gran importancia presentar sus propios orígenes «de pura raza» bajo un disfraz científico. La LPA invierte estas argumentaciones racistas con la afirmación de que en este tema se debería recurrir a saberes ocultos que aún están por descubrir. Se sirve del lenguaje esotérico sobre el mito, la ciencia, lo oculto y el desvelamiento para demostrar cosas que contradicen toda teoría racista. Creer o no creer a los psicogeógrafos es una cosa; pero el caso es que han conseguido tergiversar la manera de funcionar de las estrategias de credibilidad míticas-esotéricas-ocultistas-masónicas de tal forma que quedan ridiculizadas tanto dichas estrategias como los temas

Cfr. también «Appendix four. Introduction to the Polish edition of the Assault on Culture». En: Home, Stewart *Neoism, Plagiarism & Praxis*, Edimburgo/San Francisco, 1995, pp. 201 s. y pp. 135 s.

del mundo de fútbol y la repetición de la final con el equipo italiano. A raíz de esta invención la ciudad se convirtió durante un día en un gran caos circulatorio. Un ○ *fake* como éste evidencia más que cualquier análisis los deseos y miedos de los lectores. También es posible lograr que la gente se crea unos hechos poco probables, siempre y cuando conecten con sus esperanzas y miedos.

Una vez inventadas las informaciones correspondientes y comunicadas a través de un medio adecuado, la creación de acontecimientos «verdaderos» se produce automáticamente. En el caso de la acción de los yippies, el Gobierno de Estados Unidos se vió obligado a desmentirla. Así se consiguió crear una clara contradicción entre la actuación de los gobernantes y los deseos de sus súbditos. Lo importante de la invención, por tanto, no es la tomadura de pelo de unas ciudadanas ingenuas (efecto ○ *Eulenspiegel*).

Eulenspiegel

Las invenciones más bien tienen el objetivo de desacreditar las instancias que se creen amas de la verdad y atacar su autoridad. «Entre el consenso y el disenso se abre un amplio espacio para lo que se podría denominar momentos de expresa desconfianza. Éstos constituyen un campo ideal para la falsificación. Las noticias falsas no permiten ni aprobación ni rechazo. Socavan la relación de confianza que la política –y los media– pretenden establecer».

Gruber, Klemens *L'avanguardia inaudita*, Milán, 1989.

Hay invenciones que no tienen efecto subversivo hasta el momento de su descubrimiento. Puesto que sólo entonces puede plantearse la pregunta de por qué todo el mundo ha querido creer el hecho inventado. De este modo no sólo se demuestra el procedimiento que ha contribuido a convertir esta invención concreta en un hecho creíble; se ponen en tela de juicio los propios mecanismos de producción de acontecimientos, sean éstos inventados o no. Para otras invenciones, por el contrario, es mejor que nunca se revelen. Un buen ejemplo de ello es la invención del «Día del Caos», que proliferó hace pocos años en muchas ciudades de Alemania. El objetivo de las iniciadoras ficticias era seguramente provocar la concentración masiva de antidisturbios para demostrar de este modo la disposición irracional del aparato estatal al uso de la fuerza. Quien desee repetir este juego en otra ocasión tendrá poco interés en publicar que «el peligro para el orden público» en realidad sólo consistía en tirar unas cuantas octavillas y en meter las convocatorias en internet.

Más confusión se crea aún cuando de repente aparecen unos comunicados coherentes no sólo por su estilo, sino también por su contenido, pero que en realidad no provienen de los supuestos remitentes. Éste es un medio fantástico en el caso de que un adversario político –por razones más que obvias– no quiera dar explicaciones. Un excelente ejemplo podría encontrarse (¿cómo no?) en los socialdemócratas: una declaración

Honecker en la residencia para la 3ª edad

En un pueblo de la Alemania occidental circulan —con motivo de la «reunificación»— dos octavillas diferentes. En una se afirma que el alcalde ha logrado obtener una plaza en el asilo municipal tanto para Erich Honecker como para su mujer Margot; en la otra, que un conocido especulador del pueblo, presidente del club de fútbol y concejal, ha vendido uno de los escasos solares a Egon Krenz, el antiguo jefe del Partido Socialista Unificado (SED). Al alcalde la gente prácticamente lo veía capaz de cualquier cosa y un buen negocio con los millones sustraídos de la Stasi no parecía nada especial para un especulador. En las dos octavillas se convocaba a una concentración de protesta al acabar la celebración municipal de la reunificación: «No queremos criminales del SED en nuestro vecindario. La unificación alemana no puede significar esto». Eso pensaban también los ciudadanos y las ciudadanas de la ciudad. Y aunque el Ayuntamiento no desmintió el asunto, las octavillas crearon bastante alarma social.

Honecker en la residencia para la 3ª edad .

escogidos. La LPA muestra así lo fácil que resulta tergiversar y producir significados, si se sabe utilizar bien la ⊙ gramática cultural autorizadora (organización, logotipo, citas documentadas, reseñas de libros, referencias a autoridades y al saber común como: «Babilonia ha sido una de las primeras grandes civilizaciones»). Los psicogeógrafos formulan sus tesis absurdas en el lenguaje del discurso científico o paracientífico-esotérico, y crean de este modo una desconfianza respecto a cualquier normalidad. La LPA produce una crítica semiótica en el mejor sentido. ⊙

(inventada), muy crítica, contra el actual desmantelamiento del Estado del Bienestar, que al mismo tiempo cuestionara las posiciones de su candidato a la Cancillería, podría coincidir fácilmente con el programa del partido. Eso obligaría al partido a desmentir pública y decididamente que esté en contra de tal desmantelamiento, con lo cual por lo menos se habría llegado a una posición clara.

Este método, además, tiene la virtud de poner en marcha o replantear unas controversias que de otro modo no acaban de arrancar del todo. El objetivo aquí no es el de exponer la posición propia, sino de dar a conocer la del adversario. Un ejemplo: cuando en una ciudad con universidad se inicia una discusión sobre las corporaciones de estudiantes (las «Burschenschaften» alemanas suelen ser entre reaccionarias y fascistas; N. T.), puede tener sentido escribir una carta al director del diario local en la cual uno de estos estudiantes corporados se queja del hecho de que por causa de la intervención del Ejército Aliado aún sigue vigente la prohibición de llevar los colores de la corporación en el campus universitario. Tal procedimiento lo llamamos el «juego de doble diversión»; puesto que las posiciones radicales a menudo requieren propuestas concretas que les sirvan de referencia. Cuando el adversario no las hace públicas o intenta eludir la discusión, hay que recurrir a la ayuda de un abogado del diablo para impulsar dicha discusión.

Frankfurter Rundschau — Última edición

En otoño de 1994 apareció en los buzones de algunos barrios de Frankfurt una «última edición» del diario Frankfurter Rundschau (FR), que tenía un parecido total en el formato, los colores y el montaje con el FR auténtico. El objetivo de las repartidoras consistía en denunciar el racismo diario del FR y en demostrar que una posición de izquierdas-liberal no protege automáticamente de estereotipos racistas en la información (por ejemplo, la llamada «delincuencia extranjera»). La redacción ficticia publicó una larga entrevista del FR con «algunos autónomos para informar —pasando de los típicos titulares

Chumbawamba

«Somos una banda sonora»

«We are a soundtrack», entrevista con Danbert Nobacon de Chumbawamba (Leeds). En: Wakefield, Stacy/Grrt: *Not For Rent. Conversations with creative activists in the U.K.*, Amsterdam/Seattle, 1995 (Evil Twin Publications), pp. 44-46.

Truenos y relámpagos de estroboscopio, y de la nada salen las miembros del grupo musical Chumbawamba, vestidas de niños huérfanos recién levantados de la cama: ropa interior blanca de la recogida de ropa usada. En el transcurso del concierto se van mutando tan pronto en boxeadoras como en taimados hombres de negocios, en bufones, demonios, monjas vulgares o en vigilantes de campos de concentración.

De los altavoces suena un ensamblaje de batería y drumcomputer, entretejido con loops, samples, melodías folk y música infantil, rapping y armonías africanas: «Nothing ever burns down by itself, every fire needs a little bit of help – give the anarchist a cigarette!» (Nada arde por sí mismo, todo fuego necesita un poco de ayuda – ¡dale al anarquista un cigarillo!). A veces se oyen también tres voces cantando a capella: «and we'll never rest 'till the last nazi died» (y nosotros no descansaremos hasta que no haya muerto el último nazi). Por sus estribillos al estilo de himnos, muchas canciones invitan además a unirse a su canto, como, por ejemplo: «I don't believe in a good cop» (No creo en un buen poli») o «We are a soundtrack» (Somos una banda sonora).

Las Chumbawamba son anarquistas profesas. Provienen del movimiento squatter británico y habitan

El camuflaje

En muchas prácticas de la guerrilla de la comunicación se plantea la necesidad de perseguir los objetivos con un enmascaramiento que se sirva de las formas dominantes, de medios de expresión o lenguajes estéticos. Estas formas son imitadas para transportar contenidos disidentes. Dichos enmascaramientos no sólo son parte indispensable de la acción en los ⊙ *happenings* y en el ⊙ *teatro invisible.* Los denominamos camuflaje cuando mediante el enmascaramiento se intentan superar barreras de comunicación para confrontar a la gente con un texto o una acción que, de otra manera, evitarían. Nos encontramos, por ejemplo, ante una forma de camuflaje cuando un grupo de músicos anarcos, ⊙ *Chumbawamba*, combina pop comercial y melodías pegadizas con textos abiertamente anarquistas: «Give the anarchist the cigarette. Every fire needs a little bit of help...» (Dale al anarquista el cigarillo. Todo fuego necesita un poco de ayuda...). Al principio sólo se percibe la forma ingenua y fácil de la música; sirve de enmascaramiento para un texto de contenido nada ingenuo. Algo parecido ocurre cuando grupos de izquierdas imitan el diseño formal de los medios burgueses o de otras instituciones para comunicar a través de este enmascaramiento su propio texto. La «Última Edición» del diario *Frankfurter Rundschau* sería un buen ejemplo de tal planteamiento.

Chumwamba

A menudo, sin embargo, existe el peligro de que tales camuflajes sean utilizados

Frankfurter Rundschau — Última edición ...

sensacionalistas— a nuestros lectores y lectoras sobre la motivación de estos grupos». Los editores de esta edición especial hacían además una autocrítica: «Nosotros no nos hemos dedicado a la información, sino a la manipulación». Con la afirmación: «Nosotros —el FR como parte del paisaje mediático— somos una parte del problema en relación con el racismo», hacían un análisis del racismo muy inusual en los medios de comunicación. Con este camuflaje los grupos implicados utilizaron los hábitos estéticos de las lectoras del FR para llegar a más gente con informaciones y opiniones sobre el racismo diario en los

juntos una casa antes okupada en Leeds. Dicen de su propia música: «La gente está en contra de su mierda de vida, y pueden celebrar o utilizar el arte como medio de expresión para sus sentimientos». Haciendo referencia a leyendas musicales de allí, como los grupos Gang of Four, Delta V y sobre todo Mekons, que unían desde finales de los años 70 cada vez más contenidos y formas de vida radicales con formas musicales de fácil aceptación, los Chumbawamba están metidas desde 1982 en muchas luchas políticas en Gran Bretaña; tanto en la lucha contra la «poll tax» como en el movimiento antifascista. Editan una revista —«(sic)/a magazine of dissentertainment/another sexy Chumbawamba Product» [(sic)/una revista para el desentretenimiento/otro producto sexy de Chumbawamba]— con textos sobre Muma Abu Jamal, el control de Internet, sobre las razones más profundas de portadores de bigotes y llamamientos a la crucificación de Sir Cliff Richard, donde apuntan: «Oh and we make records too» (Ah, y nosotros también hacemos discos). Una música de izquierdas, radical y bailable.

http://www.indian.co.uk/chumba/

Cambio de escenario: una mañana absolutamente normal en un supermercado alemán de bricolaje. Aficionados al bricolaje ansiosos por comprar, mujeres que están arreglando su casa y fetichistas de alfombras se entregan a sus pasiones. Sin molestia alguna realizan sus compras y se mueven al compás del hilo musical. (¿Casi?) nadie se da cuenta de que la musiquilla melódica y simple hoy no era la versión de «Yesterday» tocada por James Last, sino que alguien estaba cantando acerca de charcos de sangre de homosexuales asesinados en un retrete público, de anarquistas y bombas de relojería en una estación de tren. «Here comes Chumbawamba!» (¡Aquí llega Chumbawamba!). Pero: «¿Se puede aceptar que un octeto de karaoke de agitación difunda verdades a través de los canales del sistema imperial de mierda?» (la revista musical Spex, nº 6, 1991).

Uno de sus cantantes dijo en un concierto, en una conversación con ○ *Luther Blissett*, que no veía ninguna posiblidad en Gran Bretaña de que se pudiera introducir Chumbawamba en el hilo musical de un supermercado. No obstante, queda la pregunta de si realmente es sólo la barrera del idioma la que facilitaba la recuperación de Chumbawamba como música de consumo fuera de su país. ¿Se trata de un ○ camuflaje que convierte un texto claramente de izquierdas por medio de su «embalaje» simple en algo más fácilmente digerible? ¿O es que se trata de una apropiación subversiva y una ○ tergiversación de música pop estilizada de forma armónica y simplona?

Detrás del ataque del grupo contra el pensamiento dominante, se puede entrever de hecho un concepto de música entendida como Caballo de Troya en el sentido del camuflaje. Es decir, los contenidos radicales pueden ser transmitidos más fácilmente a través de la forma de presentación que corresponda mejor a las costumbres auditivas. Sin embargo, al querer juntar dos cosas que aparentemente se excluyen como el pop comercial y textos radicalmente anarquistas, puede ocurrir lo contrario: los contenidos corren el peligro de perder su agudeza a

como embalajes tramposos. Eso se debe a la esperanza de que un bonito envoltorio quizás pueda conseguir que las lectoras se interesen por contenidos impopulares. Esta táctica lleva a algunos a presentar sus textos en forma de cómics, manteniendo, no obstante, el estilo usual de las octavillas. Pero el intento de vencer en astucia a los lectores para que lean de una vez estas pamplinas no suele dar resultado, ni siquiera cuando los destinatarios no notan enseguida lo que está pasando. El problema empieza en el momento en el que empiezan a leer (en eso los discursos izquierdistas no salen mejor parados que unos textos de la Biblia disfrazados de comics). La «trampa del embalaje» no sabe aprovechar las posibilidades que yacen en la imitación y la ○ *tergiversación* de las formas dominantes que, por ejemplo, pueden verse en las combinaciones paradójicas y líricas de textos e imágenes tan típicos de los cómics de la ○ *Internacional Situacionista*. A pesar de todo ello, el camuflaje puede resultar una eficaz técnica de comunicación. Si se emplea la tensión entre forma y contenido de forma consciente, un camuflaje logrado y con gracia bien puede conseguir su meta; es decir, superar las barreras de la comunicación y ser oído a pesar de la generalizada sobresaturación en cuanto a información.

Frankfurter Rundschau — Última edición .

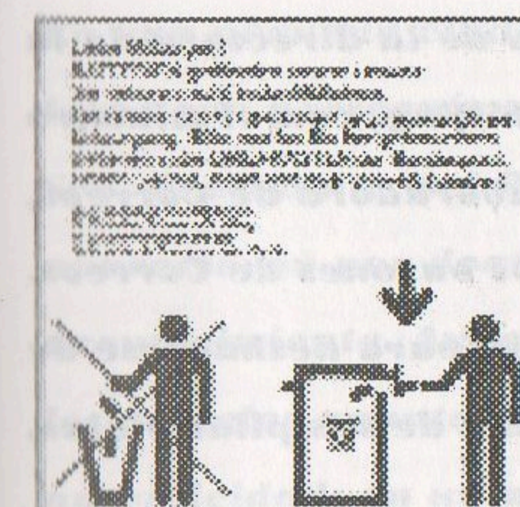
media. Y a la vez mostraron que el FR naturalmente nunca publicaría dicha información. Aunque este camuflaje era fácil de reconocer como tal, hubo llamadas indignadas a la redacción del FR. El director del FR procuró demostrar serenidad y remitió a la tradición antifascista del diario desde los tiempos de su fundación después de 1945.

Los fakes

La producción de fakes es una de las actividades predilectas de la guerrilla de la comunicación. Un buen fake (falsificación/imitación/engaño) debe su eficacia a la coincidencia de imitación, invención, distanciamiento y exageración. Imita la voz del poder lo más perfectamente posible para poder hablar durante un tiempo limitado, sin ser descubierto, en su nombre y con su autoridad (por ejemplo, mediante la falsificación de documentos oficiales). La autora de fakes, sin embargo, no pretende conseguir en primer lugar un efecto material inmediato o buscar su propio beneficio. El objetivo más bien consiste en desencadenar un proceso de comunicación en el cual –a menudo precisamente por el (intencionado) descubrimiento de la falsificación– se cuestiona la estructura misma de la situación de comunicación falsificada. El fake despliega su eficacia en el transcurso del proceso que sigue a su descubrimiento, en la cadena de desmentidos auténticos o tal vez también falsos, completados a ser posible con nuevos fakes. La producción de fakes se mueve muchas veces en el límite o ya al margen de la legalidad. Aunque la situación jurídica no es tan clara como en el caso de las falsificaciones (engaño, etc.), suelen ser perseguidos por la ley.

No vamos a dar indicaciones concretas de cómo se pueden conseguir cartas con membretes, datos personales, ni tampoco explicaremos el uso de los scanners, fotocopiadoras

Devuelve tus pilas a la empresa Sonnenschein



¡Queridos conciudadanos! Las pilas constituyen un peligro para nuestro medio ambiente. No hay que tirarlas nunca a la basura. Correos te garantiza ahora una perfecta solución del problema. Por favor, echa tus pilas usadas a los buzones de Correos. ¡Colabora con nosotros, en tu interés y en beneficio de tu entorno!

través de una música demasiado facilona, y en el peor de los casos se convierten en una broma divertida, algo a lo que de paso se juega.

Pero la música no es un juego en sí. Nunca puede transmitir un mensaje unívoco; su recepción siempre forma parte de un contexto. Tampoco pasa nada si en algún concierto hay unos borrachos vestidos con cazadoras estilo skin que corean los estribillos del grupo; puesto que existen también muchos grupos de fans que cantan los textos enteros y que consideran los Chumbawamba como una forma de expresión para su rabia y rebeldía que además es divertida. La revista cultural de música pop Spex reflexiona con cada nueva reseña de uno de sus discos también acerca del concepto del grupo, y en algunas emisoras de radios locales se traducen los textos, con el resultado de que las ideas anarquistas se convierten, por lo menos por un momento, en tema de debate más amplio. ⊙

y de los sistemas de edición en láser. Las autoras de fakes siempre han tenido mucha imaginación respecto a su utilización. Aquí más bien se trata de hablar de los efectos de los fakes y de los objetivos que se persiguen con ellos.

La teoría del fake

En las sociedades burguesas de hoy, el poder se ejerce y se legitima en gran parte por medio del discurso. Los fakes intentan alterar este sistema de funcionamiento del poder y dañar su legitimación difundiendo en su nombre informaciones falsas, sutilmente modificadas o simplemente sin sentido. De este modo, se quiere violentar la pretendida naturalidad de los procesos discursivos mediante los cuales el poder se constituye y se reproduce. El fake es un medio táctico que no suele ofrecer proyectos o discursos alternativos. A pesar de ello, posee en cierto modo un efecto esclarecedor-emancipador: demuestra que todo podría ser también muy diferente, que las estructuras del habla y del poder, tal como se le presentan al ser humano, ni son concluyentes ni naturales. En los procesos de comunicación, el fake hace vislumbrar aquel perturbador y potencialmente resistente «otro» de lo existente, que el discurso dominante condena al silencio a todos los niveles, sin conseguir nunca hacerlo desaparecer.

El fake se basa, pues, en la interferencia o subversión momentánea de aquello que

Devuelve tus pilas .

Después de conocerse, a finales de los años 80, las buenas relaciones de la directora de la fábrica de pilas «Sonnenschein» (rayo de sol), la Sra. Schwarz-Schilling, con el ministro federal de Correos y de desvelar que se trataba de una empresa colaboradora de Correos, estas pegatinas tuvieron muchísima demanda y decoraron no pocos buzones de Correos. Parece, además, que no pocas ciudadanas aprovecharon la situación para deshacerse de esta manera de sus pilas viejas.

Foucault, Michel: *El orden del discurso*, Barcelona, 1980.

Foucault llama el «orden del discurso» y que identifica como el elemento esencial del ejercicio de poder. Este orden determina tanto los enunciados permitidos de la comunicación social como también los interlocutores permitidos (⊙ *El Sr. Ministro se dirige al pueblo*). El que cambia disimuladamente al interlocutor rompe las reglas que fijan quién puede decir qué y cuándo, y quién no. Eso resulta especialmente efectivo en situaciones estructuradas por grandes diferencias de poder en las que el nombre y la etiqueta del interlocutor determinan la importancia de su discurso y no la fuerza de su argumentación. El fake hace que las ocultas estructuras discursivas del poder queden de repente al descubierto, puesto que la alteración parece proceder justamente de aquel lado que en el orden del discurso tiene la legitimación de hablar y de ser escuchado. Aparentemente son las instituciones municipales las que envían cartas pidiendo a los ciudadanos que se hagan un test de Sida. El mensaje y el interlocutor varían: por un lado, la ciudadana honrada cree en la honradez de su autoridad pública en lo que a la esfera privada se refiere, por lo que duda de la autenticidad del escrito; por otro lado, sin embargo, es posible que pida hora para someterse al test de Sida precisamente porque confía el control total de la «salud pública» —a pesar de sus dudas— a esta honrada autoridad pública.

La legitimidad de hablar en nombre del poder se consigue mediante la utilización de signos reservados para el poder. Eso pueden ser logotipos como el membrete de una institución, títulos, nombres, pero también el mismo medio utilizado. Tales signos deben garantizar la unidad de autor y texto, esencial para el ejercicio del poder discursivo que, por tanto, queda asegurado por medio de leyes y amenazas de castigo: las instituciones de poder legitimadas son las únicas que pueden disponer de autoridad para pronunciar determinadas exhortaciones. El fake rompe esta unidad. Que eso se percibe como un fuerte ataque queda demostrado por el hecho de que prácticamente todos los fakes, incluso los que se reconocen a primera vista, suelen provocar desmentidos por parte de las personas o instituciones aludidas.

Un fake logrado juega con la atribución de autor y texto. Despliega toda su eficacia justamente cuando ya no es posible construir una relación unívoca entre ambos. En este momento empiezan a oscilar también las significaciones de las declaraciones hechas y se abre la posibilidad de crear nuevas interpretaciones. El principio de la variabilidad interpretativa (⊙ *¿Por qué no me escucha nadie?*) —considerado en los procesos de comunicación convencionales como un factor perturbador inevitable— se convierte en los fakes en el fundamento sin el cual el modo de comunicación del fake no sería posible. El fake no quiere ser entendido literalmente, sino que intenta provocar reflexiones sobre el autor y el contenido del mensaje. Su indefinición, sin embargo, conlleva también que sus resultados nunca sean predicibles con toda seguridad.

La atribulada CDU

En una pequeña ciudad del norte de Alemania, la CDU se convirtió en el blanco de varios fakes que perseguían el objetivo de provocar conscientemente su desmentido. Cuando la Sra. Presidenta del Parlamento iba a inaugurar un espacio cultural del municipio, aparecieron por doquier unos carteles de la CDU anunciando con mucho bombo este acontecimiento. Aunque no cabía duda de que la señora pertenecía a la CDU y que nada en los carteles apuntaba a una falsificación, el comité local se vio obligado a desmentir su autenticidad: en un acontecimiento de tanta envergadura, no se les ocurriría jamás

El fake pretende introducir lecturas subversivas en los textos y en los modos discursivos del poder. Cada fake convincente constituye una negación lúdica del principio estructuralista que dice que «el texto escribe al autor». Pero tampoco es la autora del fake la que escribe el fake: el texto utilizado del poder existe. Es un texto accesible para el autor del fake, forma parte de nuestro lenguaje. El mismo principio del lenguaje permite que la posición de la persona que hace una determinada declaración pueda ser ocupada (por lo menos potencialmente) por cualquier otra. O sea, el tono del poder puede ser imitado también por los que no poseen la legitimación prevista por el orden del discurso. En este sentido, puede afirmarse que el lenguaje es ambiguo y anárquico. El mismo procedimiento que ha transportado los efectos del poder al lenguaje de los individuos y que ha convertido las prácticas del propio lenguaje en instrumentos de ejercicio del poder, ha abierto a las autoras de fakes las posibilidades de la subversión. Como todos conocen el lenguaje del poder, el fake puede tornarse en una práctica cotidiana subversiva. Puesto que el ejercicio del poder tiene lugar a todos los niveles sociales —pues ya no queda restringido a una pequeña élite—, el correspondiente lenguaje es hablado por muchos (a diferencia, por ejemplo, del latín en la Edad Media). Los que mejor dominan el tono del poder son los que se mueven en el entorno o en los márgenes del poder. (En EEUU, por ejemplo, muchos *pranksters* son profesores de universidad.) Por esta razón, el fake más bien representa una forma de actuación de disidentes de la clase media que de los expulsados a la periferia, es decir, los más expuestos a la opresión. El fake tal vez funciona mejor cuando las identidades de los «fakeadores» y de los «fakeados» tienen algo en común (Deleuze/Guattari resumen este en el concepto de la más pequeña diferencia mínima).

Foucault, Michel: *Microfísica del poder*, Madrid, 1979.

Deleuze, Gilles/Guattari, Felix: *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*, Valencia, 1988.

El hecho, precisamente, de que esta cercanía exista en muchas personas de izquierda quizás sirva de explicación para sus dificultades con estas prácticas. El «fakear» hace necesario tomar conciencia de la multiplicidad de las propias identidades y vinculaciones y poder jugar con ellas. Sólo así es posible agotar las identidades y los fragmentos de identidades de los autores en todo su abanico discursivo. No hay nada más fatal para el fake que la superstición de la vieja izquierda según la cual a una persona de izquierdas sólo le está permitido decir un discurso: EL DISCURSO VERDADERO.

El funcionamiento del fake

El funcionamiento del fake se basa en una paradoja: Por un lado, el fake debería ser lo menos reconocible posible (o sea, la falsificación tiene que estar bien hecha); por otro lado, no obstante, debería desencadenar al mismo tiempo un proceso comunicativo donde quede claro que se trataba de una información falsa (o sea, el

La atribulada CDU .

importunar a los ciudadanos con una propaganda tan impertinente. Días después, sin embargo, ya no parecía tan importante eso de no importunar: la tarde antes de un acto con un ministro de la CDU, algunos graciosos echaron a los buzones de los funcionarios del partido y de sus vecinos más próximos una octavilla falsificada de la CDU donde se anunciaba que el acto se había trasladado a una ciudad vecina. Los inocentes ciudadanos se sintieron algo irritados cuando la CDU les bombardeó durante todo el día siguiente con coches-altavoces desmintiendo la noticia: «El acto no se celebrará en... Repetimos...»

Il Male A/Traverso

«Es tiempo de seguir viajando, es tiempo de quedarse. Al llegar a las fronteras del reino donde la gente se cuenta las dos historias, al llegar a los puntos de cruce de la separación, donde todos los caminos se dividen, Alicia miró a su alrededor, indecisa sobre qué hacer». A Alice y A/traverso les gustaba ir cogidos de la mano y deleitarse contándose historias.
Un día, Alice contó cómo se había inventado el aikido: se desató una gran tormenta que arrancó todos los árboles fuertes. El único árbol que quedó en pie fue el esbelto abedul, ya que se doblaba según la fuerza del viento. Su juego permanente con el poder animó a una chiquilla a seguir esta misma técnica en el patio del colegio: cada vez que venían las chicas mayores para pegarle, se doblaba, retrocedía y dirigía la fuerza de sus enemigas contra ellas mismas. A/traverso aplaudió entusiasmado: de manera similar también sería posible enfrentarse a la prepotencia de los media dominantes —recoge sus informaciones, sácalas de su contexto y crea a partir de ahí una nueva realidad. No destruyas la verdad del enemigo eliminándolo o enfrentándote a sus afirmaciones. No. Hay que procurar que su verdad entre en crisis.
Mediante llamadas telefónicas, Radio Alice ya había socavado en anteriores ocasiones la invulnerabilidad del orden simbólico de las jerarquías, había preparado a los enemigos el terreno para su autodesmontaje y despertado así a las oyentes de su largo sueño profundo de la confianza ciega. A/traverso, muy listo, convirtió estos pequeños

fake tiene que ser descubierto). En resumen, la fórmula es: fake = falsificación + descubrimiento/desmentido/reconocimiento. Esta fórmula, sin embargo, presenta varios obstáculos para las fakeras.

Un fake que se reconoce enseguida como tal, porque la falsificación está mal hecha, en el mejor de los casos se leerá como una sátira buena; en el peor, como una octavilla pesada. Hoy día, la producción de falsificaciones convincentes ya no representa ningún problema. Bastante más difícil resulta imitar bien el tono y la retórica del poder. Expresiones de la jerga izquierdista, por ejemplo, tendrían como único resultado que las lectoras detecten al cabo de dos frases la autoría.

No obstante, un fake que no se descubre en absoluto como tal es un fake fallido. Y en el peor de los casos duplica y refuerza el discurso de poder que quería imitar. Un ejemplo sería un aviso que indicara entradas diferentes a un edificio público para las personas, según tengan o no pasaporte alemán. Este tipo de fakes, que aparentemente parten de una institución legitimada, suelen colar sin mayores problemas. La gente con pasaporte extranjero lo percibirá como una amenaza real, y su posterior desvelamiento por parte de los autores no cambiará para nada esta percepción. Lo decisivo para el efecto de un fake consiste en la irritación acerca de una situación comunicativa aparentemente clarísima. El objetivo es

AVE para Ludwigsburg

Ocurrió en verano de 1995. En la pequeña y tranquila ciudad barroca de Ludwigsburg reinaba gran expectación ante la visita de una eminencia. Se estaba esperando al presidente de China que debía subir justo en la estación de dicha localidad al nuevo y tan elogiado AVE. De esta acción de relaciones públicas, la industria del ferrocarril alemana se esperaba pedidos de miles de millones. En su gira por las tierras de Alemania Federal, el Sr. Presidente se encontró no sólo con recepciones de honor, sino también con varias manifestaciones de rechazo por las permanentes violaciones de los derechos humanos en

cuentos en parte de un grandioso y peligroso plan. Ahora ya no jugaban solamente con la verdad de los otros. La falsificaban y robaban al lenguaje de la política la credibilidad, al hacer borrosa la línea divisoria entre verdad y no-verdad. Es entre el creer y no-creer donde se encuentra el campo de la desconfianza, y fue justamente en este campo donde A/traverso liberó el ○ fake. Aquí ya no es posible elegir entre la aceptación o el rechazo. El fake difunde información disfrazada con la vestimenta oficial en la cual habíamos aprendido a creer. Nadie notará que se trata de un duplicado producido en un lugar diferente del presupuesto. El mensaje nos parece auténtico, pero poco a poco nos van entrando dudas. Estas dudas también las había sembrado A/traverso: los signos puestos en órbita provocaron su propio descarrilamiento. La salida de la órbita normal rompió su aspecto natural. El lenguaje oficial resultó desacreditado. La fecha de caducidad del fake, calculada para aguantar poco tiempo, socavaba las medidas de la «objetividad» para crear confianza y desvelaba la subjetividad y la arbitrariedad en la que se basa cualquier información. En una oscura noche sin luna, A/travieso inició a Alice en la parte central de su ataque: concibieron la «Revista de sátira política» Il Male (El Mal). La banda se autodenominaba «Centro para la difusión de informaciones arbitrarias». Una y otra vez consiguieron vender en pocos días más de 100.000 ejemplares con informaciones no verdaderas. Las autoridades estaban furibundas. El eslogan «Informaciones falsas producen acontecimientos verdaderos» se corrió como una madeja a través del fraude y la mentira de innumerables fakes de los periódicos

provocar preguntas sobre un proceso de comunicación. Preguntas como: ¿es posible que esta pregunta provenga de aquel locutor? Si es así, ¿cómo hay que interpretarlo? Si no es así, ¿por qué no? y ¿de quién será entonces? A primera vista, el enunciado es coherente; sin embargo, algo falla, pero ¿qué? Un ejemplo: «Una autoridad exige un comportamiento de carácter antiautoritario. A la gente se le presentan dos opciones: o bien obedece a la autoridad, comportándose de manera antiautoritaria; o bien se comporta de forma autoritaria, no obedeciendo a la autoridad». Tales paradojas tienen a menudo como resultado que la gente se dirija al (presunto) autor. En ocasiones, también ocurre que un fake sólo se hace objeto de discusión pública por la confesión de sus autoras. Eso pasa sobre todo cuando los medios de comunicación han sido las víctimas de un fake, ya que éstos no tienen ningún interés en publicar sus fracasos. Pero por regla general no hace falta una confesión explícita de los fakers, puesto que existe una extraña costumbre que les ahorra eso prácticamente siempre: la rectificación.

SpassGuerilla, Münster, 1994 (Berlín, 1982), p. 116.

Con la rectificación, el poder intenta restablecer el orden alterado del discurso: el «fakeado» toma personalmente la palabra y explica a todos o al mayor número posible cómo ha sido realmente. Quien habla de hecho en el nombre del poder no se fía de que la gente sea capaz de reconocer por sí misma un fake. Los fakers se lo agradecen. Puesto que la

AVE para Ludwigsburg ...

China. De hecho se habían prohibido todas las manifestaciones de crítica al Gobierno chino o, por lo menos, se intentaba hacerlas invisibles. Cuando llegó la escolta con las personas importantes de Ludwigsburg, la mani por los derechos humanos, convocada por las «Juventudes Liberales», quedó relegada a 300 metros de distancia de una barrera formada por las furgos de la policía. Una banda de instrumentos de viento contribuyó además a relegarla a un segundo plano. Un pequeño grupo de valientes manifestantes de los «Amigos del Ferrocarril de Ludwigsburg», sin embargo, consiguió acercarse al ilustre invitado.

más importantes de Italia. Estallaba la Tercera Guerra Mundial, nos visitaban los extraterrestres y un famoso actor fue detenido como cabezilla de las Brigadas Rojas. La verdad es que en aquellos tiempos Alice y A/traverso pocas veces tenían tiempo para ir de paseo. Se habían propuesto grandes proyectos: querían llevar, nada más y nada menos, a la opinión publica al borde del engaño, siempre dentro del orden de lo imaginable —los fakes tenían que ser creíbles, las personas reales y los facsímiles perfectos—. La pérdida de realidad apuntaba al desorden del discurso y a la congestión de la comunicación. Los fakes se hacían eco de los deseos de los lectores y los hacían realidad en un espacio multidimensional de falsas verdades y verdaderas falsificaciones. Provocaban debates apasionados en los bares, conversaciones ardientes en las colas de espera y una vez incluso dieron pie a un verdadero caos de tráfico durante horas : Roma estaba enloquecida por causa de una edición especial del Corriere dello Sport durante los mundiales de fútbol de 1978: «Annullati i Mondiali!» Debido al dopping masivo de los holandeses, que habían eliminado a los italianos en las semifinales, la final tenía que ser repetida ahora con la Squadra Azzura italiana.

En el libro Alicia es el demonio, A/traverso escribió: «Romper la dictadura de la significación, dejar que se expresen la rabia, la locura, la impaciencia y el rechazo. Esta forma de práctica lingüística es la única adecuada de una práctica compleja que rompe la dictadura de lo político, que introduce la apropiación, el rechazo del trabajo y la

rectificación otorga al fake prácticamente un visto bueno oficial. Como estas rectificaciones suelen publicarse en los medios de comunicación, le otorgan además una publicidad que muchas veces sobrepasa su propia trascendencia.

Dado que las rectificaciones se producen prácticamente de forma automática, algunos fakers las hacen servir conscientemente. Ofrecen un buen campo de actuación para determinados fakes. Estos fakes de un nivel más exigente hacen de las suyas jugando con la forma literaria de los desmentidos. En el caso más simple ya consiguen su meta sólo con provocar muchos comentarios sobre la rectificación, aunque todo parezca estar en regla. Tal rectificación puede ser provocada por un fake totalmente inofensivo que no llame la atención de nadie. Resulta especialmente elegante y poco laborioso cuando las fakers logran que los representantes del poder hagan todo el trabajo. Basta con convencerlos de la existencia de un fake ficticio; y si todo sale bien, ellos desmienten algo que nunca se había dicho.

Incluso se ha intentado intervenir con una rectificación falsificada, sin que haya existido anteriormente un fake, partiendo los fakers del supuesto de que la rectificación de una rectificación requería unos peliagudos retorcimientos discursivos. Si los medios transmiten la noticia de que los 1.000 empleados de la empresa XY al final no serán despedidos, todos los afectados se preguntarán qué pasa con estas noticias, si es verdad o no. Así, la empresa se

AVE para Ludwigsburg ...

Celebraron a todo volumen con pancartas y consignas como «AVE para LB» que en su ciudad parara por primera vez tal prodigio de la técnica. Cuando el ministro de Tráfico, el Presidente de Baden-Wurtemberg y el Sr. Yang Zemin se apearon del coche, se repartieron entre el asombrado auditorio hojas de firmas e invitaciones para «una rueda de prensa de los Amigos del Ferrocarril una vez salido el AVE». La policía se quedó mirando con los brazos cruzados cómo se formaba ante sus ojos una verdadera manifestación de jóvenes vestidos de manera fantástica, de punks, de trajeados con mirada «seria» y de otras

colectivización en el comportamiento». A finales de los años 70, el colectivo A/traverso y Radio Alice no se encontraban solos. Trabajadores y estudiantes se apropiaban de la palabra, del signo y de la cultura, y los convertían en el lugar de su lucha por el cambio. Lo realmente peligroso de esta rebelión estaba en el desvanecimiento de los límites en la práctica. Ésta proliferaba por doquier: se producía el encuentro entre personas a las que les habría tocado estar separadas: trabajadores, estudiantes, los ○ **Indiani Metropolitani**, los parados y las demás víctimas del capitalismo con rostro humano que ahora se iba desfigurando en una mueca fea hasta escupir un sistema represivo de control. En el contexto de la lucha contra el terrorismo, se dirigió contra las okupas, los huelguistas, contra el sabotaje y el absentismo en las fábricas, contra todos los desposeídos que ya no tenían nada que perder. El deambular y la agitación se hacían difíciles en aquellos tiempos. A la vuelta de las esquinas acechaban los carros blindados, las manifestaciones estaban prohibidas, se disparaba sobre la muchedumbre. Radio Alice fue cerrada y todo su material confiscado. La caza estatal de un movimiento que nunca había existido como tal condujo a la detención y la condena de miles de militantes trabajadoras y estudiantes, a la persecución sistemática de sus defensoras, al registro de editoriales, al cierre de librerías y tiendas de discos y a la criminalización de profesores y estudiantes. ⊙

Respecto al colectivo A/traverso, cfr. Gruber, Klemens: *L'avanguardia inaudita*, Milán, 1989.

Colectivo Radios Libres: *Alicia es el diablo*, Barcelona, 1981.

verá obligada a declarar que nadie será despedido, o quizás sólo 300 personas, etc.

Se ve que la rectificación es un medio poco eficaz para restaurar el orden discursivo. Incluso ya se han utilizado desmentidos falsos para dar apoyo a una falsificación auténtica. El primer paso fue no hacer nada: no había billetes de transporte falsificados. Luego se publicó el falso desmentido: se desmintió que hubiera habido un reparto de billetes gratuitos para todos los habitantes. Sólo después de este escrito se enviaron de verdad billetes de transporte falsificados... Todo eso podría ampliarse, en principio, hasta llegar a un juego total de declaraciones y rectificaciones falsificadas, a un proceso de simulación completa en el que se desarticulen y se rearticulen una y otra vez los órdenes del discurso.

El desmentido puede aplicarse también como una estrategia de los media de comunicación. Por regla general, los fakers tienen pocas posibilidades de introducir un tema en los medios burgueses, mientras que eso no constituye ningún problema para entidades públicas y otras instituciones. ¿Qué mejor estrategia, pues, que obligarles mediante fakes a divulgar rectificaciones en los medios de comunicación, facilitando así el trabajo mediático a las fakers? En este proceso, los fakers confían en la variabilidad interpretativa, es decir, en que la tematización mediática posibilite por lo menos la lectura por ellos perseguida. Un ejemplo: cuando en los media se dice que no ha habido ningún accidente en la central nuclear XY, esta

AVE para Ludwigsburg .

ciudadanas totalmente normales y corrientes. Presuntamente, no obstante, se trataba de una artimaña maliciosa: como los activistas no tenían ganas de demostrar lo buenos que son, pasaron de todo el tinglado de los derechos humanos y visita de la China y lograron mediante el invento de la asociación de los «Amigos del Ferrocarril» tener acceso a la primera fila. Ahí se comportaron de forma impresentable; se divirtieron a lo grande y dejaron una impresión duradera. Ante esta injusticia, las «Juventudes Liberales» solicitaron en el Parlamento la formación de una comisión de investigación que estudiara estos acontecimientos.

noticia provoca más dudas sobre la seguridad de dicha central que cuando no se publica nada sobre la central. Los especialistas en publicidad conocen un fenómeno similar, pero en el sentido opuesto: cualquier información es buena con tal de que el producto esté presente en los media. Por esta razón no es de sorprender que ellos también hayan descubierto el fake para sus fines. La cadena VOX hacía propaganda de su mediocre serie «Space» divulgando un anuncio «fakeado» titulado: «Una iniciativa popular boicotea Space».

Pequeña tipología del fake

Una tipología del fake puede trazarse según los objetivos que se pretenden conseguir. Existen dos grandes líneas. La primera sería a quién se quiere «fakear», y la segunda a quién va dirigido el fake. En el libro *Dies Buch ist pure Fälschung* (Este libro es una pura falsificación), probablemente la mejor colección de fakes, van clasificados por los temas sociales a los que hacen referencia. A continuación vamos a hacer una diferenciación según los elementos fundamentales del orden discursivo que atacan y cómo lo atacan.

Huth, Peter/Volland, Ernst (ed.): *Dies Buch ist pure Fälschung*, Frankfurt, 1989. Este libro se basa en los fondos del Bremer Archiv f.Fälscht. Cfr. el apartado de Servicios.

Se pueden encontrar numerosas falsificaciones y fakes en la World Wide Web. Bajo «hoax», se encuentra una introducción en: http://www.nepenthes.com/Hacks/index.html

Amenazas y peligros

El poder (del Estado) garantiza la seguridad y el bienestar de todos. Lo maneja todo. Sus instituciones nos protegen de las confusas amenazas y peligros de la vida, de las mareas, del caos, de lo impredecible. La imagen de lo «propio» seguro y poderoso y de lo «otro» amenazador constituye un elemento fundamental de los discursos del poder.

Fue sobre todo en los años 80 cuando un gran número de fakes intentaban hacer tambalearse esta imagen. Posibles catástrofes, amenazas y peligros, considerados en los discursos del poder como imposibles, controlables o inofensivos, se convirtieron en el fake en una realidad simulada: centrales nucleares que reventaban, faltaban búnkers y salidas de emergencia, venenos y peligros acechaban por doquier. El mensaje de estos fakes siempre es el mismo: al contrario de lo que el poder pueda afirmar, no domina en absoluto la situación. Su modo de recepción es: todos saben que la situación es muy grave, y el fake demuestra que es/será aún mucho más grave. En realidad, dichos fakes, que surgieron sobre todo en relación con el movimiento ecologista y pacifista, no cuestionan la estructura fundamental del poder. Aparentemente contradicen la afirmación del poder de que garantiza la seguridad, pero no la idea de que ésa sea su verdadera tarea. Bien al contrario. Expresan el deseo de que el poder cumpla mejor con esta tarea. Justamente este anhelo de una seguridad absolutamente garantizada queda sin cuestionar.

Caos en Osnabrück

Durante la Guerra del Golfo, el Ayuntamiento de Osnabrück estuvo a punto de volverse loco por los numerosos fakes que se embuzonaron. Durante semanas se difundieron de manera «oficial» llamamientos a donaciones urgentes, publicaciones sobre diferentes marcas de máscaras antigás y planes para ampliar el cementerio. Al final, el director general del municipio reaccionó con un escrito: «Aquí se juega de forma infame con los sentimientos de la gente». Anunció que se pondría una denuncia, llamando al mismo tiempo a la colaboración de los ciudadanos en la búsqueda de los malhechores. En vano: este escrito

Alteraciones del orden social

Los discursos del poder son expresión de las jerarquías sociales y, a la vez, su garante. Legitiman las desigualdades. No hablan de la buena vida para todos, sino de rendimiento, mérito y utilidad. El poder protege a las personas trabajadoras y castiga a los holgazanes e inútiles. Y si reparte entre ellas unas limosnas no merecidas, pide a cambio rituales de humillación y sumisión. (Cualquiera que haya frecuentado alguna vez las oficinas del INEM o haya pedido la ayuda familiar sabe perfectamente de qué estamos hablando.)

Sólo en contadas ocasiones el poder parece perder la cabeza y entonces empieza a repartir recompensas y castigos no merecidos: unos ciudadanos buenos y trabajadores reciben unas citaciones incomprensibles para presentarse en las oficinas del INEM, un partido cristiano distribuye entre jóvenes parados unos bonos para ir a comer a restaurantes de lujo, y a todos se les da billetes «gratis» para ir en autobús. Estos fakes tienen dos ejes de choque. Cuando se exige a unos ciudadanos impecables unos trámites inesperados, tras las fachadas de reconocidas instituciones aparecen las máscaras oscuras de las burocracias kafkianas, la cara veleidosa y amenazadora del poder.

En otros fakes, las instituciones reparten de repente unos beneficios inesperados: en 1975 se distribuyeron en Berlín Occidental un total de 120.000 tarjetas falsificadas de transporte público por valor de unos 30.000.000 de pesetas. En 1976, los sin techo recibieron bonos falsificados para comida y la mayor parte los canjeó. Las dos acciones fueron reivindicadas por las Revolutionäre Zellen (Células Revolucionarias). Tales fakes son, en primer lugar, falsificaciones. Quien los hace servir, sabe normalmente muy bien que de ahí no puede esperar ningún beneficio. A pesar de ello, se canjearon los bonos de comida y se utilizaron las tarjetas, y un grupo de jóvenes parados no vaciló en ir a comer a cargo de la CDU (Unión Democratacristiana) al Hotel Kempinski de Berlín (uno de los más caros de la ciudad; N.T.). Las falsificaciones ofrecen una cierta protección para acciones un tanto tenaces y antagonistas. Apelan justamente a un deseo no confesado y reprimido de una parte de las ciudadanas de rebelarse. La excusa «¡Pero si yo no lo sabía!» les da la posibilidad de experimentar un poco de resistencia cotidiana.

ID-Archiv im IISG/Amsterdam (ed.): *Texte und Materialien zur Geschichte der Revolutionären Zellen und der Roten Zora*, vol. 1 Berlín, 1993, pp. 124-126.

Este juego puede a veces conllevar ciertos problemas. El reparto de entradas gratuitas «fakeadas» para un banquete de vips entre gente sin techo puede resultar un tiro por la culata, si una de las personas se presenta en el lugar en espera de una buena cena y el servicio de orden la echa a golpes o si incluso es detenida. El riesgo lo corren no solamente los fakeadores subversivos (por regla general, ya cuentan con esta posibilidad), sino también las personas a las cuales se dirigen los fakes y que, cuando quieren sacarles

Caos en Osnabrück .

estaba también falsificado. Algunos días después, el director general del Ayuntamiento de la vecina ciudad de Münster anunció un curso municipal sobre protección civil. La reacción de la gente fue unánime: ¡Ja, ja! Hasta que el propio director general se presentó personalmente y con la cabeza roja como un tomate ante la prensa para aclarar el asunto: el anuncio no era ningún fake, sino «pura rutina». De verdad.

Al final del milenio y de la Historia, los restos de la izquierda se ven envueltos en desesperadas contradicciones. Parece como si con el fin de los administradores burócratas del sueño revolucionario el mismo sueño revolucionario hubiera perdido su fuerza. Tanto da si parte de la izquierda ha convertido «la patria revolucionaria del proletariado mundial» en su propia patria o si se han instalado en su crítica. Con el ocaso de esta patria desapareció también este imaginario lugar del hablar desde el cual habían afirmado su visión del cambio revolucionario de la realidad. La vieja frase «La izquierda es cuando no estoy en casa» cobra ahora su verdadero significado, o sea, ya no hay patria para esta visión, ni en la realidad ni en la utopía. Y de hecho nunca ha sido de otra manera.

La gente de izquierdas que siempre estaba convencida de hablar desde un lugar seguro, se encuentra perdida al tomar conciencia de este hecho. Había invertido enormes energías en la labor de delimitar este lugar de la verdad revolucionaria, de vallarlo para instalarse en él, construir sobre él una casita acogedora y expulsar de él a todos los demás como renegados. Todos estos esfuerzos se vuelven ahora en su contra: los imaginarios lugares de las verdades intelectuales seguras han desaparecido, y ni siquiera la lectura de las teorías revolucionarias trae consuelo. Bien al contrario. Es como si las obras completas de Marx, Engels y Lenin se les hubiesen atravesado en la garganta y no pudiesen ni escupirlas ni tragarlas.

provecho, suelen ser las primeras en comerse el marrón.

Tales fakes consiguen su efecto comunicativo sólo cuando obligan a las instituciones «fakeadas» a posicionarse claramente, desmintiendo, por ejemplo, que se les pudiera haber ocurrido repartir comida a jóvenes en paro.

El poder como patán

El discurso del poder destaca la racionalidad y objetividad de sus decisiones así como su preocupación por el bienestar común. Muchos ciudadanos, sin embargo, creen que gran parte de los representantes del poder son unos perfectos imbéciles. Por eso se contempla con cierta alegría maliciosa cuando mediante sutiles fakes se consigue que estos personajes se retraten en público como unos patanes. Quien desmiente con insistencia haber dicho o hecho alguna estupidez, sugiere a la vez también: «Pues sí, sí que podría haber sido yo, pero...»

El lenguaje performativo

Hay mensajes que no sólo tienen un aspecto lingüístico-discursivo, sino que también pueden provocar efectos materiales directos. Tales mensajes son denominados performativos. El que encuentra en su buzón una carta de despido o una sentencia judicial, se siente realmente

Para la cumbre «Clima '95»: la nevera a la calle

En los distritos berlineses de Kreuzberg, Neukölln y Friedrichshain apareció una octavilla bien falsificada como reacción irónica a la Conferencia Mundial sobre el Clima '95: «Con ocasión de la Conferencia de la ONU «Clima '95», que tendrá lugar del 28 de marzo al 1 de abril en Berlín, la Dirección General de Urbanismo y Medio Ambiente del Senado de Berlín ha acordado la recogida y el desguace gratuito y bajo el control de especialistas de las neveras fuera de uso». En los días siguientes, este anuncio tuvo su merecido éxito. Se vio que muchas ciudadanas se tomaron la oferta en serio y depositaron «entre el 31 de marzo y

Se ven arrojados a ese no-lugar del que querían escapar a cualquier precio agarrándose desesperadamente a las formas del dogma revolucionario. Al mismo tiempo tienen que reconocer que todo intento de recuperar tierra firme sólo hace patente cada vez más que habían entrado en un callejón sin salida. Siempre que la izquierda cree poder afirmar un lugar firme y tener una identidad segura, recae en la peor recuperación.

Cuando cree poder apoyarse en valores universales, sólo sirve a los viejos y nuevos imperialistas. Cuando espera haber encontrado los verdaderos lugares de la lucha revolucionaria al lado de los pueblos oprimidos de la Periferia, al final sólo resulta una lucha por el derecho de cada oprimido a convertirse también en opresor. Algunos buscan el camino del cambio de la situación al lado de las minorías estigmatizadas de las metrópolis. Hablan de su derecho a la diferencia para luego reconocer que estas diferencias únicamente se convierten en nuevas jaulas, ni siquiera doradas. No obstante, cuando intentan salirse de esta trampa con el discurso de la disolución de identidades rígidas en el juego de las diferencias, sólo recitan mecánicamente la vieja letanía de las liberales habladurías universales en el disfraz multicolor de la postmodernidad.

Y si buscan su salvación en el pasado y se aferran a la verdad inquebrantable del viejo lenguaje del movimiento proletario revolucionario, entonces dan la sensación de un perro que ya lleva tres días royendo el mismo hueso. Sin embargo, si no hacen nada de todo eso y se dedican, en su lugar, al principio de la crítica pura, de hecho no hay

despedido o condenado, independientemente del discurso que lo envuelva. Hay legiones de representantes del poder ocupados con la formulación y enunciación de expresiones performativas como, por ejemplo: «En el nombre del pueblo», «*Ego te absolvo*» o «Hasta que la muerte os separe». Las falsificaciones que persiguen efectos materiales se basan precisamente en este aspecto de la comunicación. Y el descubrimiento de la falsificación es lo último que el autor desea, puesto que anula no sólo el efecto performativo, sino que puede tener también consecuencias desagradables. Cuando las «fakeras» se sirven de enunciados performativos, no pretenden sólo pasar un buen rato, sino también fines subversivos. Los efectos materiales de los mensajes se producen principalmente a raíz de consentimientos tácitos y solamente en casos excepcionales tienen que ser forzados mediante violencia física. Dichos consentimientos presuponen que los mensajes performativos sólo pueden ser pronunciados por personas legitimadas para ello y que los correspondientes efectos tienen lugar realmente. Mediante un fake y su subsiguiente desvelamiento se intenta dañar esta legitimidad para que pierda su aparente normalidad.

Un ejemplo: si la administración municipal informa a sus conciudadanos con un aviso fakeado de que procederá tal día, por un motivo especial, a recoger los frigoríficos viejos, puede resultar que ese día muchos frigoríficos acaben ciertamente en la calle. Al

Para la cumbre «Clima '95»: la nevera a la calle .

el 2 de abril de 1995 los aparatos viejos de forma bien visible en la calle», siguiendo así las instrucciones de la supuesta Dirección General del Senado. Pero estuvieron esperando en vano a que los Servicios Municipales de Limpieza recogieran las neveras, tal como habían anunciado «en los días siguientes en una actuación especial y única». En su desmentido las autoridades reaccionaron, sin embargo, sin el más mínimo sentido del humor. Los de Medio Ambiente y de Limpieza Municipal denunciaron «la acción» como un «posible peligro para el medio ambiente» que recaerá «sobre todos los contribuyentes» (Tageszeitung, 6-5-1995).

nada entonces que les distinga del peor gilipollas burgués.

No existe un compromiso aceptable entre todas estas trampas. Buscarlo significaría probarlas una por una y caer sucesivamente en todas. ¿Queda, pues, únicamente la resignación, la negación definitiva de cualquier idea de un mundo esencialmente diferente?

Llegadas a esta situación, aparece en el horizonte una figura extraña. Su cuerpo está lleno de muchos cuerpos, posee muchas caras. No es masculino ni femenino ni andrógino. El nombre de esta figura es LUTHER BLISSETT. ¿Pero qué significa esta figura?

http://
www.pengo.it/
luther o
http://
www.pengo.it/
blissett

Muchos que se cruzan con ella se hacen esta pregunta. Muchos se dan respuestas precipitadas. Estas respuestas, sin embargo, no son inútiles, pero demuestran que les falta una comprensión completa. La naturaleza de LUTHER BLISSETT es sutil y no es fácil de comprender. De improviso se sustrae precisamente al que cree haberla captado. Su nombre es SECRETO.

Algunos tienen razón cuando dicen: cualquiera puede utilizar el nombre de LUTHER BLISSETT. Pero de ahí deducen: si un nombre puede señalar a todos, entonces no tiene ningún significado. LUTHER BLISSETT, sin embargo, no puede ser aprehendido mediante una semiología formal. Puesto que LUTHER BLISSETT es la que se mueve entre todos los signos y sistemas semiológicos y que baila con ellos. Otros piensan: si yo soy LUTHER BLISSETT, pero

Ayuntamiento no le quedará entonces más remedio que recogerlos, si no quiere que los ciudadanos lo consideren una tomadura de pelo. En el primer caso, el mensaje performativo habría funcionado a pesar de que proceda de una persona no legitimada. En el segundo caso se habría dañado la credibilidad de la administración pública. Lo típico de la reacción de las instituciones públicas frente a los fakes es que lamenten la «confusión provocada entre los ciudadanos». Para el fakero la semilla de la subversión reside precisamente en esta inseguridad que pone en cuestión durante unos instantes el funcionamiento normal del orden discursivo.

El aspecto performativo de los fakes obliga a las instituciones del poder a restablecer de nuevo el orden discursivo mediante un desmentido, y de esta manera contribuye directamente a provocar el proceso de comunicación deseado por las fakeras. Los atacados se encuentran, por lo tanto, ante una «doble trampa»: por un lado, no pueden pasar simplemente del fake; por otro lado, sin embargo, el desmentido provoca el planteamiento de cuestiones más bien desagradables, la discusión de las cuales posiblemente representa el deseo de los fakers, pero seguramente no el de los atacados.

El «cathouse» para perros

En 1976 se publicó en el semanario village voice un anuncio de «Cathouse for Dogs» (casa de citas para perros), un establecimiento que ofrecía a los propietarios de perros la posibilidad, desde siempre echada en falta, de regalar en ocasiones especiales una pequeña alegría a sus seres queridos: «Get your dog sexually gratified» (satisfaga sexualmente a su perro). El establecimiento encontró mucha resonancia entre los propietarios de perros, pero también entre la gente que tiene una predilección sexual por los perros. La emisora estadounidense ABC quedó muy impresionada. Hizo un documental

también todos los demás, el poder no me puede identificar. También éstos tienen razón y al mismo tiempo se equivocan. Pues, aunque los perros guardianes del orden burgués no pueden capturar la figura colectiva, los individuos no pueden bajar la guardia: LUTHER BLISSETT no es un escondite seguro. Luego hay otros que se preguntan, dudando: ¿cómo es posible que LUTHER BLISSETT tenga una estrategia política, una identidad clara y una práctica reconocible, si todos y cada una pueden disponer a su gusto de este nombre? Y de hecho es así: para la persona que ha superado esta duda y que puede contestar a esta pregunta, el carácter de LUTHER BLISSETT se manifiesta en toda su transparencia.

Este carácter sólo puede ser comprendido mediante la tensión de la paradoja: LUTHER BLISSETT es la representante de una estrategia global. Pero esta estrategia es una no-estrategia. LUTHER BLISSETT posee una nueva identidad. Pero esta identidad es la no-identidad. LUTHER BLISSETT habita un lugar seguro. Pero este lugar es un lugar sin lugar.

LUTHER BLISSETT no sigue ninguna estrategia que se pueda nombrar o explicar con antelación. Con su nombre múltiple escapa a las fijaciones. Justamente porque adopta una posición que excluye toda coherencia formal, sólo puede existir por la coherencia verdadera que demuestra con su actuación concreta. Nadie puede poseer esta figura múltiple, cualquiera que intente retenerla, se le escapará. Dondequiera que el poder intente atribuirle un lugar o una identidad fija, LUTHER BLISSETT desaparecerá para aparecer, de manera desapercibida, en el mismo lugar o en cualquier otro. Se manifiesta en muchos sitios a la vez, pero permanece a la vez inamovible.

La práctica de LUTHER BLISSETT consiste en actuar en medio de las contradicciones, para superarlas precisamente con esta actuación. Esta actuación no responde a una teoría preconcebida, y aun así es una praxis poderosa de dialéctica negativa. Es coherente, pero su coherencia se manifiesta sólo en el espacio de tiempo de un instante, de la acción. No se puede nombrar y no ofrece garantías, pero sí que permite realizar un discurso sobre ella. Pero lo que no se puede nombrar, sí que se puede mostrar.

Las contradicciones en las que se ve atrapada la izquierda son las contradicciones de esta sociedad, de este mundo. Allá donde la vieja izquierda se deja atrapar, sin esperanzas, en estas contradicciones, donde deambula sin sentido olvidando siempre, por completo, dónde ha dejado la cabeza, LUTHER BLISSET permanece inamovible, como una montaña. Aun así sigue lleno de viva actividad en todo momento y manifiesta su esencia en todas las direcciones. Es una parte de los movimientos contradictorios, sin verse atrapada por ellos. Permanece inamovible en el centro de la tormenta. Es la tormenta. ⊙

El caos comunicativo

El caos comunicativo se produce cuando llega un momento en que resulta imposible saber qué manifestaciones corresponden a qué interlocutor. Con algunos fakes muy bien elaborados ya se ha conseguido alcanzar por momentos tales situaciones. Con el polémico censo de población que se intentó hacer en Alemania, por ejemplo, hubo una interacción a muchos niveles y muy efectiva entre efectos performativos y comunicativos, fakes y desmentidos. El objetivo era claro: provocar desorientación e introducir falsos caminos de comunicación el tiempo necesario hasta que nadie de los implicados supiera ya de qué iba la historia.

La Tercera Guerra Mundial será una guerra de guerrilla de la información sin distinción entre la población militar y civil (Marshall McLuhan)

El fake se entiende como ataque al poder, a pesar de que su técnica se parezca al repertorio de los servicios secretos que utilizan métodos de desinformación y falsificación. Justamente para gente que cree vivir en la era de la «sociedad de la información», estas técnicas se han convertido en un medio de guerra, de lucha por el poder. En la Guerra del Golfo se aplicaron masivamente formas de desinformación mediática y extramediática. Pero las semejanzas con un fake son mucho menores de lo que pueda parecer a primera vista, puesto que las falsificaciones de los servicios secretos apuntan por regla general a la información misma. Se pretende que la información falsa influya en acciones del adversario, las provoque o impida, o que sirva para contribuir a cerrar las propias filas. La falsificación realizada por los servicios secretos utiliza los canales de comunicación de modo lineal y sólo sustituye secretamente el emisor por uno falso. No trabaja con la ambigüedad de la información.

A diferencia de la falsificación de los servicios secretos, el fake representa una forma de expresión de las voces sin poder, condenadas a callar por las estructuras discursivas del orden. Como instrumento deslegitimador del derecho a hablar del poder apunta a la propia estructura del proceso de comunicación. En el enfrentamiento por la POSESIÓN del poder, esta forma de crítica fundamental carecería totalmente de sentido. No es casual que las técnicas del fake no desempeñen ningún papel esencial en los conflictos bélicos. Como el fake no intenta ganar posiciones «estratégicas», ni le interesa meterse en las luchas por el poder, puede incluir ya su propio desvelamiento y convertirlo en un arma de subversión comunicativa. Al resistirse por lo menos durante unos momentos al juego del poder, los fakers ganan nuevas posibilidades de ataque, de subversión y de crítica práctica.

El «cathouse» para perros ...

sobre el «cathouse» que fue propuesto para el «premio al mejor documental del año». Aún hoy puede encontrarse la mención de dicha institución en un libro para aficionados a los perros. El fundador del establecimiento, Joey Skaggs, no ahorró esfuerzos en dar a conocer el «cathouse» a los medios de comunicación. Para la presentación pública de la nueva empresa de servicios contrató a 25 actores que exhibieron sus perros sexualmente satisfechos o que presentaron, vestidos de personal del «cathouse», a sus seductoras perras: «Esta es Luba, tiene una preferencia por los dobermans, aún es virgen». Cuando se rodó el

El «cathouse» para perros .

documental, Skaggs organizó entrevistas con contentos propietarios de perros y cedió a los productores de la película un vídeo sobre el Cathouse. Una vez emitido el documental y después de muchos reportajes en los medios de comunicación, llegó el gran chasco: Skaggs consiguió otra vez una gran presencia en los media al anunciar: ¡ale, ale, todo era un montaje!

La afirmación subversiva

> «... no se pueden cambiar estas situaciones estancadas más que enfrentándose a ellas en sus propios términos. Hay que enseñarle al pueblo a asustarse de sí mismo para darle coraje.»
> (Karl Marx, 1843-4: *Acerca de la crítica de la Filosofía del Derecho de Hegel*)

Un procedimiento efectivo para el distanciamiento respecto a formas, mensajes o reglas dadas consiste en usarlas en una situación dada de manera exagerada y, por tanto, de forma «inadecuada». Un ejemplo modélico de aceptación exagerada del discurso oficial es la aparición del Sr. y la Sra. Müller en un programa de debate de la televisión suiza sobre las revueltas juveniles en Zúrich (1980), donde en vez de defender las posiciones del «movimiento», como represenantes del cual habían sido invitados, se dedicaron a exagerar las posiciones de sus adversarios de modo absolutamente grotesco (○ *el Müllern*). Tal «afirmación subversiva» crea con su exageración una distancia respecto a las formas o los enunciados utilizados. La supuesta afirmación se convierte así en su contrario.

Una ventaja práctica de la afirmación subversiva se encuentra en el hecho de servirse de la forma aparente de la afirmación. La crítica expresada de este modo es claramente reconocible, pero no es fácil de clasificar y menos fácil aún es impedirla. Especialmente en situaciones en las cuales se cuenta con contramanifestaciones que podrían encajar perfectamente en el cálculo de la política dominante, la afirmación subversiva puede constituir un método práctico de eludir con poco esfuerzo y mucha eficacia las medidas de seguridad. Un gran abanico de posibilidades para ensayar la afirmación subversiva lo ofrecen las campañas electorales: un aplauso exagerado no es concebido como crítica molesta mientras es entendido como celebración frenética de la persona aplaudida. Pero si se percibe que el aplauso proviene de unas personas «inadecuadas» o que los momentos de aplauso no encajan bien con el discurso, los organizadores del acto pronto considerarán todos los aplausos como falsos. Lo importante de este procedimiento es el estudio de la situación y de las posibilidades que abre. Mientras que en grandes mítines tal vez se puede conseguir que el orador no pueda hablar todo el tiempo que quisiera, en reuniones más pequeñas a veces es posible darle la vuelta a todo el transcurso del acto electoral (○ *El Sr. Ministro se dirige al pueblo*).

El 1 de junio de 1994, el comité «Con Diversión contra el Extremismo del Centro» decidió vitorear a Helmut Kohl durante un acto electoral en «la acción de masas más original y divertida de los últimos años». Aunque los representantes de las dos grandes capillas políticas ya habían denunciado antes del acto esta «violencia mediante gritos», entre mil y dos mil personas se dedicaron a vitorear al Canciller a gritos y contra la fuerza de la potente megafonía. Se creó una situación grotesca: las partidarias de Kohl se quedaron condenadas a callar, mientras sus adversarias gritaban cada vez con más fuerza. A pesar de que las vitoreadoras no consiguieron dominar la plaza acústicamente, el bando contrario, con toda sus superioridad técnica, tampoco logró imponerse. La afirmación subversiva constituye una buena posibilidad para intervenir en debates actuales y para desacreditar posiciones hegemónicas, y no sólo en los tiempos calientes de las campañas electorales, sino siempre cuando unos acontecimientos políticos crean el correspondiente espacio público para intervenir. En la acción «Acción Pro-OTAN» en julio de 1981, en Hamburgo, las consignas de la «Iniciativa pro amistad germano-americana» y a favor del ministro de Asuntos Exteriores de EEUU, Alexander Haig, fueron: «¿Cohetes de alcance medio? ¡Sí, sí, sí! ¿Guerra nuclear? ¿Por qué no?» o «¿Queréis acaso que los niños rusos vivan eternamente?» Un tanto perdido, sin embargo, se encontró un grupito de partidarias del crucifijo («Iniciativa Pro-Crucifijo») que intentaron, en septiembre de1995, desvirtuar en Múnich un mitin de la CSU (Union Social-Cristiana) y de la Iglesia católica contra la sentencia del Tribunal Constitucional que prohibió la presencia de crucifijos en las escuelas públicas. Aunque disponían de lemas bastante buenos («Jesús, qué cruz», «Juan Pablo II, qué mundo más chungo», «La separación de Iglesia y Estado es una traición», «No estamos todos, faltan los crucificados»), la acción fue un fracaso mediático, a pesar de cierto jaleo que se originó en la plaza, ya que hubo poca gente de apoyo.

ak = analyse und kritik, nº 367, 8-6-1994.

SpassGuerilla, Münster, 1994 (Berlin, 1984), p. 37.

El carácter paródico de la «Acción Pro-OTAN» de Hamburgo resultó demasiado manifiesto y se desveló muy fácilmente, dado el contexto político de 1981 (Doble Acuerdo de la OTAN y movilizaciones del movimiento pacifista). El método del distanciamiento mediante la afirmación tiene más eficacia cuando provoca una percepción oscilante, es decir, cuando la exageración resulta lo suficientemente obvia como para irritar y desorientar, pero al mismo tiempo permanece tan oculta que no pueda ser claramente atribuible a nadie e identificada. Tal procedimiento conlleva el riesgo de convertirse fácilmente en su contrario: cuando el carácter del distanciamiento no es captado, toda la acción queda en una mera afirmación de las relaciones dominantes. Escojamos un ejemplo fácil de la vida cotidiana: cuando un hombre se presenta de manera exagerada

«Togo sigue siendo alemán»

podía leerse en unos carteles durante las celebraciones de la CDU de Stuttgart un 17 de junio allá por los años 60. Pero los portadores de dichos carteles no eran miembros de la CDU, sino Jürgen Holtfreter y Peter Grohmann del colectivo de impresores «Druckhaus Wangen». Los dos se habían especializado en la interferencia ingeniosa de mítines anticomunistas. Participaban en tales actividades, llevando consigo carteles que expresaban más claramente las intenciones de los conservadores que los suyos propios. Por ejemplo: «Togo sigue siendo alemán», «La RDA no existe» o «Pena de muerte para los políticos de la renuncia».

«Togo sigue siendo alemán»: mediados de los años 60



como macho, el riesgo de que esta autoescenificación no sea percibida como ruptura es muy elevado, ya que se puede considerar como una forma nada extraña de un modelo corriente. Del mismo modo se puede decir que la afirmación exagerada de la feminidad que escenifica una mujer sólo se convierte en subversiva cuando se produce en el marco de una pareja lesbiana (○ *crossdressing*)

Por tanto, en la mayoría de los casos no basta con exagerar simplemente un comportamiento «normal»: el distanciamiento queda más patente cuando a la vez actúa una persona falsa o cuando la acción se refiere a un objeto equivocado. Unos policías que se concentraban delante del Ayuntamiento de Nueva York para pedir un aumento de sueldo se encontraron con la situación de que unos jóvenes más o menos cercanos a los ○ *yippies* simulasen indignarse por la manifestación y les increparan con gritos al uso como: «Volveos a Rusia, hippies» o «Buscaos un trabajo» o «A ver si os bañáis». La opinión según la cual los manifestantes son unos perezosos desaliñados y que sería mejor que trabajasen como cualquier persona decente está ampliamente extendida. En este caso, sin embargo, los insultos provenían de los que normalmente suelen ser los insultados, y los guardianes del orden que se manifestaron eran ciertamente las «falsas» víctimas. Nos encontramos en este caso con una «inversión simbólica»: al igual que con el aikido, con la afirmación subversiva se trata de aprovecharse de la fuerza del adversario para la acción propia, en vez de atajar el ataque a la manera de un cowboy con un puñetazo.

Yippies

El distanciamiento mediante la afirmación subversiva se basa, pues, en el hecho de que haya personas falsas que hacen lo «correcto», o en que lo «correcto», es decir, lo normal, lo esperado, se produzca en el momento falso o en el lugar falso, o sea, inadecuado. Durante el mitin a favor del crucifijo en las escuelas del Comité Central de toda Baviera, una pareja islamista del grupo «Al Dschîhad» se puso a repartir octavillas. Su texto apelaba a la base fundamentalista común de todos los creyentes. Se solidarizaban con la «justa causa del pueblo bávaro» y se expresaban en contra de la separación de religión y Estado. Esta acción provocó un buen barullo. Mientras que unos veían en su presencia una provocación misionera islamista y la querían solventar a lo bávaro, es decir, a hostias; otros los protegían diciendo: «Pero si están a favor nuestro».

La afirmación subversiva tiene unos efectos parecidos al

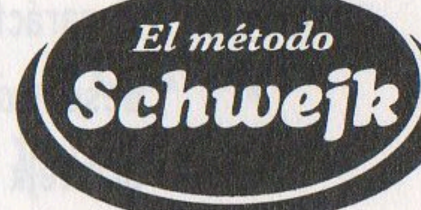
Estrin, Marc (ed.): *Recreation. Some Notes on What's What and What you might be able to do about What's What*, Nueva York, 1971, y Kohtes, Martin Maria: *Guerilla Theater. Theorie und Praxis des politischen Straßentheaters in den USA (1965-1970)* Tubinga, 1990, pp. 167 y. 271 s.

Gruber, Klemens: *L'avanguardia inaudita*, Milán, 1989.

Cfr. Watzlawick, Paul/Beavin, Janet H./Jackson, Don D.: «Paradoxe Kommunikation». En: los mismos, *Menschliche Kommunikation*, Berna/Stuttgart/Viena, 1985 (1969), pp. 171-212.

«Todos hablan del tiempo. Nosotros no». SDS – Sozialistischer Deutscher Studentenbund

1968. En la Academia de Bellas Artes de Stuttgart se había fundado una sección de la SDS (Alianza de Estudiantes Socialistas de Alemania). Ulrich Bernhard (Zwiebel) quería hacer un cartel para la SDS. Sirviéndose del cartel publicitario de los ferrocarriles alemanes «Bundesbahn», donde se podía leer: «Todos hablan del tiempo. Nosotros no. Viaja con la Bundesbahn», y unas cabezas que había recortado de otros lugares hizo un collage. Creó así el famoso cartel «Todos hablan del tiempo. Nosotros no. SDS» con las cabezas de Marx, Engels y Lenin. En un primer momento, los líderes de la SDS de Stuttgart quedaron consternados.



Schwejk, el idiota oficialmente reconocido, sólo hace lo que le dicen. Su superior le hace saber que es un idiota, y Schwejk saluda a partir de entonces con las palabras: «¡Soy un idiota!» Justamente por su deseo absoluto de servir a su majestad el Emperador «hasta el último suspiro», hace temblar los fundamentos del Ejército del Imperio Austro-Húngaro.

La figura literaria de Schwejk fue creada por Jaroslav Hašek (1883-1923), un autor checo. Entre los años 1920 y 1923, la novela «Las aventuras del valiente soldado Schwejk» fueron publicadas en forma de fascículos coleccionables en Praga. Tras la muerte de Hašek, en 1923, «el Schwejk» de Max Brod llegó a un público literario más amplio. Con esta figura aparece a principios de los años veinte una figura literaria hasta entonces impensable. Se explicaban historias de la vida de soldado de un «héroe desconocido, sin la fama y la historia de un Napoleón», episodios llenos de humor e ironía. En el trasfondo de unas sociedades plenamente militarizadas en la Europa posterior a la Primera Guerra Mundial, la figura de Schwejk significaba una provocación. El adoctrinamiento militar y la disciplina eran vistas como un fundamento necesario e incuestionable del orden establecido. En esa situación aparece, de repente, una figura que llevando el rol del soldado a su exageración absoluta, siempre erra su objetivo y de esta manera lleva hasta el absurdo la disciplina, el orden y la obediencia.

método psicoterapéutico de la «intervención paradójica». En este método, la terapeuta afirma a su clienta tanto tiempo en sus opiniones hasta que ésta no puede más que ver la insensatez de su actuación o de sus ideas. Con esta estrategia comunicativa se rompe con las estructuras usuales de comunicación: la respuesta de la terapeuta difiere absolutamente de lo que la clienta esperaba y de esta manera hace posible que ella misma pueda cuestionar o cambiar su comportamiento (A: «Aquí hay un micrófono escondido», B: «Le aseguro que no es así»; se convierte en A: «Aquí hay un micrófono escondido», B: «Pues, tenemos que buscar hasta que lo encontremos»).

A finales de los años 70, los ○ ***Indiani Metropolitani*** llegaron a un nivel muy alto de destreza en esta forma de intervención argumentativa. Durante una manifestación, los estudiantes gritaban aludiendo a dos políticos corruptos «*Gui e Tanassi sono innocenti, siamo noi i veri deliquenti*» (Gui y Tanassi son inocentes, somos nosotros los verdaderos delincuentes). Esta inversión tuvo un efecto inmediato. Algunos trabajadores que se solidarizaron con ellos, establecieron enseguida la realidad: «Gui e Tanassi sono delinquenti, gli

Diederichsen, Diedrich: *Das Madonna-Phänomen*, Hamburgo, 1993.

Brock, Bazon: «Eulenspiegel als Philosoph – Affirmation als Vermittlungsstrategie». En: Brock, Bazon: *Ästhetik als Vermittlung. Schriften*, Colonia, 1977

«Todos hablan del tiempo. Nosotros no».

«¡Eso no lo podemos permitir !» fue la posición inicial. Preferían un cartel con los retratos de Marx, Che Guevara y Martin Luther King y la frase: «¡Todo lo que piensa es de izquierdas!», y rechazaron el otro. Zwiebel imprimió el cartel por cuenta propia. En los comedores de la universidad vendió en un instante los 50 ejemplares imprimidos a unos colegas que no sabían nada del asunto. En el congreso sobre Vietnam se agotaron también enseguida todos los carteles. La Deutsche Presseagentur (Agencia de Prensa Alemana) publicó una imagen de este cartel publicitario de la SDS. En total se distribuyeron unos 50.000 ejemplares.

El carácter subversivo del valiente soldado Schwejk estriba principalmente en que anuncia a grito en cuello no desear otra cosa todo el tiempo que servir, sin limitación alguna, a la maquinaria social y militar. La capacidad de Schwejk de obedecer y atenerse a las normas al ciento cincuenta por ciento es la condición previa de su método. Él vincula la obediencia al pie de la letra de una orden con una buen porción de artimaña y agudeza, que le permite engañar a sus superiores y hacerles creer que, simplemente, es un idiota. Esto le salva más de una vez de ir a la cárcel, puesto que sólo ha hecho lo que le han ordenado. Su gran punto fuerte estriba en dar la vuelta, invertir y volver en contra las órdenes que le dan sus superiores. Su manera de ejercer la «desobediencia» que, a primera vista, no parece existir, su manera de actuar y pensar siempre al límite de lo permitido, su comportamiento con «la tropa» y su táctica de comunicación con doble sentido lo convierten para sus superiores en una auténtica úlcera de estómago.
El «método Schwejk» se basa en una mezcla de «descodificación disidente» y ⊙ afirmación subversiva. La importancia de esta figura literaria estriba, sobre todo, en que llevó el militarismo al absurdo y mostró cómo las virtudes del soldado, y los valores y planteamientos morales a ellas asociadas, pueden convertirse en inservibles para los detentadores del poder. ⊙

Eco, Umberto: *La estructura ausente*, Barcelona, 1999. Y Hall, Stewart: «Encoding/Decoding», en: Hall, Stewart y otros (eds.): *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies 1972-1979*, Londres, 1980.

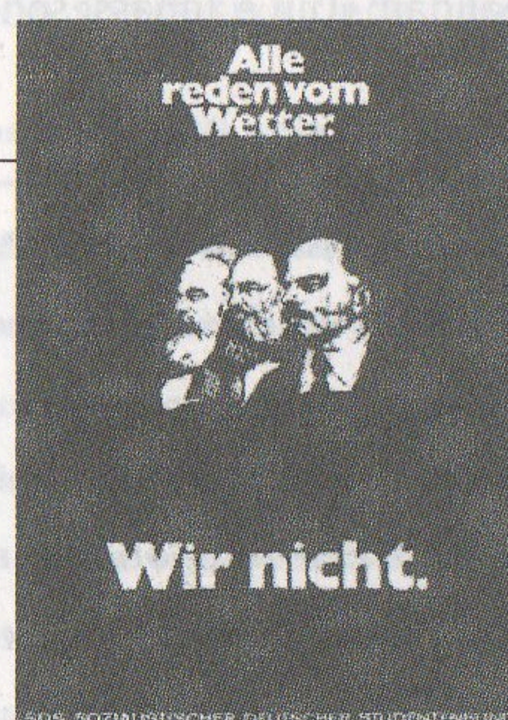
studenti sono innocenti» (Gruber, 1989, p. 119). Otra reivindicación lapidaria y profética era: «Meno salario piu orario!» (¡Menos salario y más horario!).

El método de la afirmación subversiva se ha teorizado hasta hoy sobre todo en el contexto del arte y de la música «pop». Diedrich Diederichsen habla en relación con Andy Warhol y Madonna de «subversión afirmativa». Para su idea de una «estrategia de la afirmación», o bien de la «revolución del sí», Bazon Brock traza un hilo conductor desde ⊙ *Eulenspiegel*, el Capitán de Köpenick y ⊙ *Schwejk* hasta diferentes prácticas artísticas del presente. Una práctica política de la afirmación subversiva, no obstante, tiene que reflexionar más que el ambiente artístico acerca de las posibles ambivalencias de sus acciones cuando juega con la exageración de posiciones dominantes. Lo que se dice de la sátira, a saber, que puede ser recuperada rápidamente por la realidad, es válido también para la exageración: algo que hoy nos parece inimaginable, mañana puede ser pura verdad.

Eulenspiegel

Brock, Bazon: «Strategie der Affirmation. ‚Besetzung' und ‚Bilderkrieg' als affirmative Strategien». En: Brock: *Ästhetik gegen erzwungene Unmittelbarkeit. Schriften 1978-1986*. Colonia, 1986, pp. 293-303.

Después



«Todos hablan del tiempo.

Collage y montaje

El collage es un medio formal desarrollado en el campo artístico (cubismo) y que originalmente tenía como objetivo romper con los modelos normales de percepción de la realidad. A primera vista ya no se puede distinguir entre lo pintado y los objetos pegados. Los objetos y materiales son puestos en un contexto nuevo, y a través de su utilización inusual y una reinterpretación son privados de su significado original. Al mismo tiempo se transmiten a la obra artística significaciones y asociaciones «externas».

El collage destruyó las convenciones tradicionales de la pintura y el dibujo. Trabaja con el ensamblaje de lo disperso y casual, con la introducción de partículas de realidad en los cuadros (por ejemplo: pedazos de papel con fragmentos de palabras, trocitos de tejidos o de madera). En la literatura se pretende que las técnicas del collage produzcan una poetización de lo desigual y dispar, de lo que en principio no encaja. Lo importante es que los elementos utilizados compongan una creación semánticamente (contextualmente) ambigua.

Especialmente en relación con el dadaismo (⊙ *dada*, superdada, maodada), la «Belle Époque de la negación», la utilización de esta técnica de ⊙ *distanciamiento* puede ser descrita como un intento de «insurrección cultural». La creación de collages demostraba para los dadaístas su rechazo del arte establecido.

Spies, Werner: *Max Ernst und die Collage*, Colonia, 1988, pp. 11 ss.

Oponían a la idea dominante de la genialidad del artista el concepto de una poesía de lo casual, que ya no necesita de un genio, sino que se creaba prácticamente por sí misma. Los surrealistas experimentaron creando nuevos e inesperados contextos de significación mediante el ensamblaje de elementos decorativos recogidos por intuición. Partían de la idea de que el potencial creativo del inconsciente podía salir a la luz mediante las técnicas del collage.

En el ámbito de las artes plásticas –al contrario que en el del (foto)montaje–, la técnica del collage, por regla general, no ha sido considerada como un medio político. Hoy día nos cuesta creer que la policía cerrara en abril de 1920 temporalmente una exposición dadaísta en Colonia, en la cual participaban Hans Arp, Max Ernst y otros. En la actualidad, los collages forman parte de las clases de arte en las escuelas, de las terapias ocupacionales o de talleres de creatividad, donde se arrancan de revistas de moda y de catálogos de compra imágenes de coches, mujeres y publicidad de cosméticos para pegar siempre las mismas combinaciones sobre cartulinas de colores. A pesar de la apropiación del collage para el rinconcito de la autoexperimentación, sigue existiendo un potencial subversivo en este método de sacar fragmentos de contextos diversos y de crear, mediante su combinación, nuevos contextos de significación. Los collages facilitan, por ejemplo, la

Antes



«Todos hablan del tiempo. Nosotros no.»

posibilidad de oponer a las declaraciones impresas de políticos o instituciones unos textos e imágenes capaces de convertir sus autorrepresentaciones en lo contrario, de reventarlas y deslegitimarlas.

Mientras que el collage trabaja con la estética del azar, las técnicas del montaje están determinadas por el objetivo que se quiere conseguir y por formas de agitación política conscientemente escogidas. Uno de sus representantes más importantes ha sido John Heartfield, que provenía del movimiento dada berlinés. Sus trabajos, explícitamente políticos y dirigidos sobre todo contra el fascismo, se basan en la combinación de fotografías, textos y elementos gráficos. El fotomontaje servía a los dadaístas berlineses como forma artística para expresar su crítica política, y una de sus materias primas eran fotos sacadas de reportajes políticos de revistas.

Los montajes, sin embargo, no se limitaban a los trabajos gráficos, sino que se utilizaban desde los años 20 también en el teatro político y en el cine (Eisenstein, Vertov, Brecht, Piscator). Uno de los que más renombre ha adquirido en los últimos 30 años con esta técnica ha sido el grafista Klaus Staeck. Y no son pocos los guerrilleros de la comunicación que han recurrido a esta técnica. Hay que decir también que las actuales posibilidades técnicas permiten hacer unos montajes mucho más exactos y prácticamente ya no reconocibles como tales. La utilización de estos montajes se tiene lugar sobre todo en el ○ *subvertising*, con el que trabaja, por ejemplo, la revista ○ *Adbusters*. Las ○ *invenciones* y los ○ *fakes* se basan muchas veces en técnicas similares.



McDonalds Nation, *Adbusters*, nº 27, otoño 1999.

De patriotas a traidores de la patria

Un grupo fascista de Noruega había convocado una junta constitutiva para un nuevo partido local, el «Partido de los Patriotas». En este encuentro estaba previsto que los miembros hablaran sobre las metas del nuevo partido. Allí se reunieron también adversarios antifascistas del proyecto para interferir el encuentro; pero cuando vieron que tenían la mayoría, cambiaron de táctica. Participaron en las votaciones y consiguieron elegir una nueva presidencia. La mayoría impuso un gran número de reglas diferentes y cambió el nombre del partido por «Partido de los Traidores de la Patria». El nuevo programa del partido era estrictamente antirracista y todos los miembros presentes tenían que cantar canciones antirracistas. La policía, llamada por los fascistas, se negó a intervenir, ya que todo se había desarrollado de manera legal.

La tergiversación o reinterpretación

Por **tergiversación o reinterpretación** entendemos un método de ○ *distanciamiento* que cambia la manera de ver objetos o imágenes generalmente conocidos, sacándolos de su contexto usual y poniéndolos en un contexto nuevo, inusual. Este método, conocido en la cultura pop como «*sampling*», se utiliza en el ámbito visual normalmente a través de ○ *collages o montajes*, que en la actualidad suelen realizarse por ordenador. Pero se pueden tergiversar también conceptos o frases. Una forma muy conocida de tergiversación es la parodia en la que se saca la estética o el contenido de su contexto original y, con el fin de criticarlo, se le introduce en otro contexto, cambiando de este modo su sentido.

Debord, Guy-Ernest/ Wolman Gil J.: «Gebrauchsanweisung für die Entwendung». En: Ducasse, Isidor (*Lautréamont*): *Poesie*, Hamburgo, 1979, pp. 5-15.

Respecto a los situacionistas y las nuevas formas de acción en política y arte, cfr. Debord, Guy: «Informe sobre la construcción de situaciones», *Internationale Situationiste*, Madrid, 1999.

La teoría de la tergiversación fue definida por primera vez en 1956 por los situacionistas (○ *Internacional Situacionista*): «La creación cultural que se puede denominar situacionista empieza con los proyectos del urbanismo unitario o con la construcción de situaciones en la vida, de manera que sus realizaciones no se pueden separar de la historia del movimiento de realización del total de las posibilidades revolucionarias contenidas en la sociedad actual. Sin embargo, en la acción inmediata, a realizar dentro del marco que queremos destruir, ya es posible actualmente hacer un arte crítico con los medios existentes de expresión —desde el cine hasta la pintura—. Este procedimiento ha sido resumido por los situacionistas a través de la teoría de la tergiversación».

Tanto personas individuales como grupos de artistas con una actitud crítica hacia el arte han utilizado la tergiversación como método de distanciamiento. Famosos se hicieron los *ready mades* de Marcel Duchamp; pero Joseph Beuys procedía a menudo de manera similar. En este lugar hay que mencionar también el «plagiarismo», el cual no sólo se sirve de ideas y textos de otros como propios, sino también de imágenes y fotos sacadas de su contexto original.

Mientras que las tergiversaciones y cambios de sentido en el campo artístico tienen como fin desvelar mediante la musealización de objetos banales y cotidianos lo cuestionable de las teorías del arte; los situacionistas se servían, en cambio, de formas de la cultura popular, del diseño cotidiano y de la publicidad para vincularlas con análisis políticos. Consideraban, por ejemplo, los cómics como una forma adecuada de expresión de la sociedad y procedían a sacarlos de su contexto usual —la literatura de entretenimiento barato— para llenarlos con un contenido nuevo. En *El proletariado como sujeto y como representación*, una belleza vestida con todo lujo instruye a otra persona, reconocible como héroe por su pelo corto y su mandíbula pronunciada, acerca de la situación del proletariado, la conciencia ideológica

De patriotas a traidores de la patria .

BÜRO FÜR UNGEWÖHNLICHE MASSNAHMEN
BfM

«Cuando los políticos se sirven de medidas cada vez más infames y los hechos así creados proyectan su deprimente sombra sobre nosotros, es tarea del arte poner esta política en ridículo y recuperar para los seres humanos la risa, lo sublime, las ganas de vivir y la fuerza de la resistencia [...] El arte y el teatro como operaciones públicas; como puesta en escena de nuestra imaginación; como manifestación de realidades que claman un cambio. La fantasía como motor de la crítica y el cambio, ésta es la esencia de la "Oficina de Medidas Insólitas".»
(autopresentación, citada en «De Schnüss», nº 5, Bonn, 1988)

Desde 1987, la Oficina de Medidas Insólitas actúa en Berlín en la zona gris entre el arte y la política. El núcleo central de su planteamiento es el arte de la acción política y los «montajes reales» en el espacio público. Sus miembros provienen de un grupo de artistas, diseñadoras y autodidactas del barrio de Kreuzberg. Se juntaron en el año 1977 para proporcionar más chispa, más gracia y creatividad a los carteles, las campañas y las acciones de la izquierda. Con el tiempo, la labor del grupo se fue desarrollando desde trabajos de colaboración y maquetaje hasta la concepción de acciones completas («diseño de manifestaciones»).

En 1987, por ejemplo, se inventaron carteles-diapositivas que se proyectaban sobre las paredes para protestar contra la liberalización de los alquileres. Participaron con acciones en el Metro también en las iniciativas de boicot al censo de población.
Con motivo de la visita de Reagan, en verano de 1987, la policía acordonó herméticamente el distrito de Kreuzberg. El barrio SO 36 (entonces la parte más «conflictiva» de Kreuzberg) entró así al completo en «prisión preventiva». Pocos días después, el día 17 de junio, el Senado de Berlín recibió la correspondiente respuesta. En el puente de Kottbus se inició un espectáculo satírico: la construcción de la «barrera de defensa antiKreuzberg». Delante de esta barrera posó un recién nombrado Senador para Asuntos Interiores y Arquitectura vestido de frac y sombrero de copa. A los perplejos transeúntes se les explicó: «Queridas Berlinesas y queridos Berlineses, no vamos a tolerar que los antiberlineses de Kreuzberg destrocen nuestro hermoso Berlín [...] Por esta razón y visto el contundente éxito del bloqueo de Kreuzberg durante la visita de Reagan, el Senado de Berlín ha decidido en sesión secreta la construcción de la barrera de defensa anti-Kreuzberg». Las iniciadoras de esta acción se vieron metidas después en un buen lío con las instituciones. El Senado les puso una denuncia por infracción de la ley de reunión y por «sospechos del delito de coacción». La acción, sin embargo, no sólo tuvo consecuencias judiciales: otro fruto de ella fue la fundación de la «Oficina de Medidas Insólitas».

construida por la clase burguesa y las exigencias de la revolución. Al final del episodio, el guapetón viril ha captado algo acerca de la sociedad de clases, del espectáculo del no-vivir y de la relación entre lo visible y lo esencial del proyecto revolucionario.

Mediante la tergiversación de imágenes, conceptos y textos de la estética hegemónica o de los discursos del poder es más fácil mostrar y deconstruir abiertamente su función ideológica, muchas veces encubierta, que a través de textos analíticos bien elaborados. Por ello las tergiversaciones resultan ser un medio eficaz para dejar en evidencia en toda su arbitrariedad la construcción social de categorías como, por ejemplo, la de género (◘ *textual poachers*).

Frente a la tergiversación y el cambio de sentido utilizados de manera consciente, existe una forma popular de apropiación de las estructuras hegemónicas. Según explica Michel Certeau, la vida cotidiana de todos los individuos está determinada por permanentes apropiaciones y cambios de uso momentáneos de lo dado, trátese de la forma de consumir, de la elección de los caminos por la ciudad o de la utilización de la así llamada alta cultura. Eso nos hace suponer que la tergiversación y la reinterpretación son procedimientos efectivos precisamente porque responden a la forma de proceder cotidiana con los hechos sociales y presentan un paralelismo con los mismos.

De Certeau, Michel: *Arts de faire*, París, 1990.

Sanssouci — Floraglittus veg. epidermica

«Las normas son las normas», opinaban la mayoría de las visitantes que invadieron a centenares el parque del palacio de Sanssouci y que habían entrado con fundas protectoras esterilizadas sobre sus zapatos normales, ofreciendo un extraño espectáculo. Su sentido del orden les hacía seguir una circular con instrucciones de la administración del parque, según la cual sólo se podía entrar con tales fundas. A tal fin, se habían puesto a su disposición 1.000 pares de fundas de plástico de las que se llevan normalmente en los quirófanos. Se agotaron enseguida. Esta acción de la «Asociación para

Cfr. tamb. «Die sanfte Kunst des Umdeutens» En: Watzlawick, Paul/Weakland, H. John/Fisch, Richard: *Zur Theorie und Praxis menschlichen Wandels*, Berna/Stuttgart/Viena 1979, pp. 116-134.

La tergiversación puede servir para fines totalmente diferentes dentro del enfrentamiento político. Puede ayudar a desviar los ataques del adversario, a poner al adversario en ridículo y también a divulgar otras lecturas y lecturas «disidentes» de la realidad.

Un medio importante para la comunicación subversiva lo constituye el uso radical de algo que aparentemente está a disposición de todos: el lenguaje. Utilizado de este modo, el lenguaje ya no es sólo un medio de transmisión de las verdades respectivas, sino que el ataque va dirigido contra sus propias estructuras. Puesto que el lenguaje no describe exclusivamente otras cosas, sino que es además una cosa en sí mismo, una estructura de reglas que hay que transgredir, tergiversar y reinterpretar.

Es un sistema de ordenación, «cuyo poder se basa en gran medida en ser aceptado como algo incuestionable». Se trata, pues, de alterar el orden pacífico de los signos para poder llamar la atención sobre este sistema de orden y sus funciones estabilizadoras. Eso significa, en el mejor de los casos, adueñarse de sus espacios vacíos, decir lo no dicho y desvelar al mismo tiempo cómo actúan de manera oculta los vacíos y los silencios en el lenguaje. Tal tergiversación y cambio de sentido agrede los fundamentos

Sanssouci ...

la protección de los palacios y jardines de Prusia» iba dirigida contra el fitobacilo «Floraglittus veg. epidermica», totalmente innocuo para los seres humanos pero muy dañino para la sensible vegetación del parque. El papel rezaba que los visitantes transmitían —por causa de la ola de calor y los altos niveles de ozono— con sus zapatos los bacilos que se encontraban en el firme betuminoso del asfalto. Pero curiosamente se produjo un caos en la dirección superior de «palacios y jardines» por las numerosas llamadas que recibieron al respecto, pues nadie sabía nada del asunto. Resultó que el verdadero autor de la acción no

Prácticas y ocasiones

«Como nuestro relativo aislamiento nos obliga a limitarnos a pocas intervenciones en nuestro entorno material, de gastos reducidos, pero concentradas y efectivas, se trataría pues, en primer lugar, de jugar con las definiciones del espacio y del tiempo, de socavar el sistema simbólico impregnando el espacio urbano con una suerte de diccionario. Localizar o esbozar este diccionario en los objetos y las técnicas es el único proyecto en el que los experimentos con la escritura, la pintura o el cine pueden encontrar hoy día su dimensión revolucionaria.» (Bredlow, Lutz: «Die Dimension der Abwesenheit in der Inszenierung des öffentlichen Raumes» (La dimensión de la ausencia en la escenografía del espacio público. En: *anschläge*, nº 6, Berlín, 1983, pp. 41-46.)

Sniping: signos insidiosos en el espacio público

Los sniper son francotiradores semióticos. No ejercen sus ataques con fusil y teleobjetivo, sino con esprays. Su especialidad es la introducción «insidiosa» y desapercibida de signos y símbolos en el espacio público. Su objetivo es el cambio, comentario, corrección o aclaración de los mensajes (a menudo no explícitos) de carteles, monumentos, señales o similares, o bien el intento de «usar paredes o fachadas aparentemente neutrales para fines ajenos» mediante los graffiti. La mayoría de los ataques de los sniper representan a la vez violaciones prohibidas de la propiedad privada.

La palabra inglesa «sniping» significa también «recortar». La snipera trabaja con diferentes intervenciones gráficas y lingüísticas, a menudo fragmentarias. Se vale del material que encuentra durante sus imprevisibles incursiones en el terreno del «enemigo», en sus espacios y sus objetos. Lo completa o lo desfigura con sus proyectiles semióticos, con fragmentos de textos, símbolos o imágenes. Este procedimiento cambia el sentido (○ *distanciamiento*) del mensaje original y en determinadas ocasiones lo invierte. Mark Dery habla en este contexto de «terrorismo artístico» («artistic terrorism»).

Dery, Mark: *Culture Jamming*, Westfield, 1993 o http://gopher.well.sf.ca.us/0/cyberpunk/cultjam.txt

¡A que no me pillas! (Bilbao, Gobierno Militar, 1986)





Únete al **BILLBOARD LIBERATION FRONT**

«Las palomas molestan y merecen la muerte», «A cada uno su propio panel de publicidad». Aunque los miembros de la Billborard Liberation Front (BLF) pocas veces se ponen de acuerdo, todas las activistas del grupo, en funcionamiento desde 1977 en la región de San Francisco, apoyan con un entusiasmo unánime tales reivindicaciones.

Los miembros del BLF provienen en parte del sector del diseño gráfico y en el fondo no son adversarios de los carteles y los paneles de publicidad (billboards). Bien al contrario: defienden que la propaganda no debería ser un medio exclusivo para grandes empresas, sino que todos los individuos tendrían que tener acceso a las superficies de publicidad. Por esta razón evitan en su labor creativa dañar torpemente los paneles. Su estética de trabajo exige más bien una mejora de los paneles publicitarios a todos los niveles. Las intervenciones en el contenido y la estética deben realizarse con suma profesionalidad para impedir que el cambio posterior del anuncio sea reconocible de inmediato.

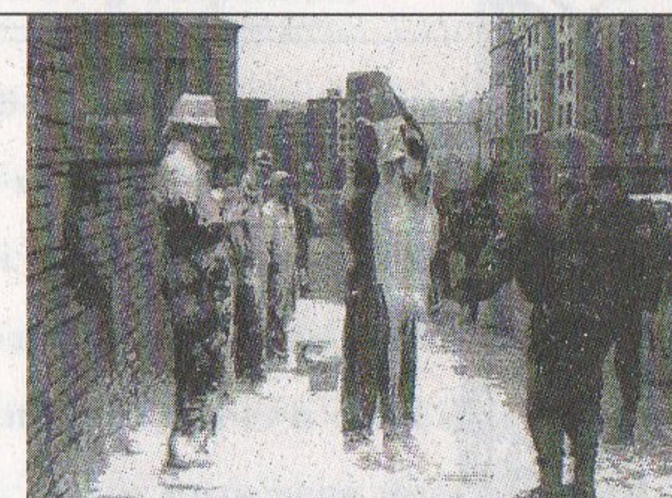
En la larga práctica de cambios constructivos de superficies de publicidad, las diferentes activistas del BLF han desarrollado con el tiempo predilecciones individuales y capacidades especiales. Se cuenta, por ejemplo, que el experto en drogas del grupo hizo posible una acción poniendo fuera de combate a algunas personas mediante un cocktail y apartándolas de la zona de trabajo. Tienen un experto para ordenadores y su sabotaje, y dos activistas

Billboard banditery

Entre los objetivos preferidos de los francotiradores semióticos se encuentran los paneles publicitarios (*billboards*) y los carteles. Al contrario que en Europa, donde se conoce sobre todo la tergiversación de carteles electorales, el *billboard banditery* (bandidaje publicitario) en EEUU, Canadá, Australia e Inglaterra va dirigido ante todo contra la publicidad de artículos de consumo. Allá existe todo un movimiento dedicado a esta práctica. En la revista ○ *Adbusters* se habla de «to correct an offensive billboard» (corregir un panel de publicidad ofensivo). El californiano ○ *Billboard Liberation Front* habla de «midnight billboard operators» y elogia la «Art & Science of Billboard Improvement» (el arte y la ciencia de la mejora de paneles publicitarios). Aparte de la BLF existe también un gran número de diferentes grupos dedicados al bandidaje publicitario; por ejemplo, el Truth in Advertisement (Verdad en la publicidad) de Santa Cruz, el Cicada Corps of Artists o el Artfux de Nueva Jersey. El grupo BUGA UP (Billboard Utilizing Graffitists Against Unhealthy Promotions [Graffiteros que usan los paneles publicitario en contra de promociones insalubres]) ejerce con el espray una crítica emancipadora del consumo. Todos estos grupos, muy diferentes entre sí,

Adbusters
Billboard Liberation Front

¡A que no me pillas! .





que trabajan en agencias de publicidad utilizan el equipamiento de éstas para preparar las «mejoras» profesionalmente. Otros, en cambio, pertenecen a la fracción deportista y, en vez de hablar, prefieren bajar con una cuerda las paredes de un edificio alto para alcanzar los objetos (billboards) de su deseo. Hasta que no se haya cumplido su reivindicación: «Paneles publicitarios para TODOS», el BLF insiste en su derecho a cambiar los mensajes de los paneles de forma imprevista y no querida por el autor original.

Pero el sistema contraataca. En 1994, una agencia publicitaria se sirvió de la técnica de la «transformación» de paneles de publicidad como nuevo método para la caza del cliente. Añadieron a sus propias superficies publicitarias unos graffitis parecidos al estilo de los utilizados por el BLF. La propaganda se dirigía a jóvenes adultos como potenciales compradores de coches. Primero se veía en espray la palabra «hi» (¡hola!) que luego transformaron en «hip» (fantástico) y al final en «chill» (fresco). El BLF decidió defender su método de acción y tergiversó la palabra «hip» en «hype» (flipado) y pegó en la reja del radiador de los coches ancunciados la imagen de una calavera. El portavoz de los BLF comentó al respecto: «No podemos quedarnos con los brazos cruzados mientras que otros copian nuestro método de acción, y menos aún si lo hacen de forma tan burda».

Billboard Liberation Front & Friends: *The Art & Science of Billboard Improvement*, San Francisco, 1990. Véase también Wieners, Brad: *The Billboard Liberation Front's Greatest Hits*, http://www.hooked.net/buzznet/sabotage/lsd/index.html

creen que es posible anular la potencia seductora de los mensajes publicitarios mediante intervenciones adecuadas. Con su crítica de la publicidad «insalubre» se encuentran a veces en compañías bastante extrañas (y quizás no por pura casualidad), que van desde antialcohólicos hasta militantes no-fumadores (➲ *Adbusters*).

Adbusters

Los billboard bandits se sirven de la expresividad de los textos e imágenes en los paneles publicitarios e intentan «invertirlos» mediante añadidos o tergiversaciones apropiadas. Sólo con añadir o suprimir unas letras o palabras es posible convertir un contexto en su contrario: «Go to [S]hell» («Vete a Shell» se convierte en «Vete al infierno»). Con la adición de imágenes o símbolos se intenta desvirtuar o llevar al absurdo el sentido del enunciado de un cartel o un monumento. Mediante viñetas como las que conocemos de los cómics, pueden construirse nuevos contextos, a menudo sorprendentes (una práctica muy utilizada por los ➲ *situacionistas*). La adición sirve muchas veces para difundir mensajes propios como, por ejemplo, cuando durante la campaña contra el censo de población en la RFA se le hace decir al cowboy de Marlboro: «Yo tampoco permito que me cuenten».

Los billboard bandits más experimentados recomiendan limitarse a

Para los anuncios de difícil acceso





El BLF cree que el «arte y la ciencia de la mejora de los paneles publicitarios» puede ser realizado por todo el mundo. En su folleto The Art & Science of Billboard Improvement facilitan descripciones detalladas de las prácticas de embellecimiento utilizadas. El pequeño cuento que narramos a continuación proviene también de dicho folleto. «Aim High! » (¡Llega muy alto!) Érase una vez, hace ya mucho tiempo, que cinco algodoneros de una cooperativa pasaron sus vacaciones en Seattle. De repente vieron un panel publicitario con un avión que se elevaba como un falo y donde se podía leer «Aim High!». Tal meta se pusieron ellos también. Escalaron la superficie de publicidad, la midieron y tomaron pruebas de los colores del texto. Acto seguido dibujaron letras rojas en papel de carnicería, y se procuraron chinchetas y cola. Una tarde, durante la hora punta, uno se colocó cerca del panel publicitario en el puente sobre la autopista, y otro en la entrada de la dirección contraria, los dos provistos con walkie-talkies. Los demás pegaron el papel con las letras en el anuncio. El tráfico era tan denso que seguramente pasarían varios minutos antes de que llegara la policía al lugar. El panel estaba «corregido» al cabo de 15 minutos y nuestros héroes escondieron sus herramientas en un rincón seguro [...]. Después de un día ya habían pegado otra vez el anuncio original encima de la «mejora». Quedó fantástico,... hasta la siguiente lluvia, cuando las letras escritas en papel de carnicería relucieron a través del papel mojado del cartel. Al lado de «Aim High!» (¡Llega muy alto!) podían leerse las palabras: «Blow up the Pentagon!» (¡Vuela el Pentágono!) ⊙

pequeños cambios, porque sólo un cartel poco cambiado sobrevive algún tiempo y porque estos cambios tienen más expresividad y son más rápidos de realizar. Un gran número de estas técnicas ya se aprenden en la escuela y pueden servir quizás como «droga introductoria» en el tema. Una de ellas es el «hitlerizing», o sea, pintar un pequeño bigote cuadrado (como el de Hitler) en las caras de los carteles. Tales «embellecimientos» de los candidatos adversarios son muy corrientes en tiempos de campañas electorales entre los seguidores de todos los partidos, a pesar de ser ilegales.

También es posible que el impulso del sniping surja del asco que dan estas personas tan perfectas y estilizadas de los carteles. La mayoría de gente tiene alguna impureza en la piel, con la excepción de esos caretos estilizados de modelos y políticos. Por eso, los primeros pasos de los billboard bandits consisten a menudo en añadir granos o comedones para devolver un aspecto «natural» a estas caras tan artificiales.

Craig, John: «Adding the Blemish of Truth», En: *Adbusters*, invierno, 1996, pp. 44-45.

Las amigas de un simbolismo más unívoco lo intentan con un vómito de sangre roja que pegan o pintan en la comisura de los labios de personajes demasiado bonitos. Y dos manchas blancas pintadas en las pupilas convierten el modelo además en un bonito zombie.

Alquitranar y emplumar

Desde 1934, sobre un pedestal en el torreón del centro histórico de Marbach, ciudad situada junto al río Neckar, dos guerreros de piedra, en recuerdo a los soldados muertos cuando mataban a su vez, vigilan la entrada de la ciudad. Después de 1945 este monumento de la verguenza permaneció en su lugar. Hasta 1984 no se inició un agitado debate acerca de este monumento de guerra nazi que desembocó, al final, en una acción espectacular. Un grupo de mujeres, hasta entonces desconocido, Blood, Sweat & Teer (sangre, sudor y alquitrán) se responsabilizó públicamente de haber alquitranado y emplumado a los dos soldados. El

El sniping ejercido como *billboard banditry* puede ser entendido como una forma de crítica de la cotidianidad que introduce el ruido en el mensaje propagandístico –como lo exige Umberto Eco–, y que ataca y desmitifica a la vez la posición de poder del que encargó un cartel o una propaganda que sólo se basa en su fuerza económica. Las desvirtuaciones bien logradas ayudan a descifrar significados codificados y confieren a los mensajes cambiados de carteles políticos o de paneles de propaganda un carácter subversivo. Con humor paródico, ingenio lingüístico y tergiversaciones bien hechas se consiguen los mejores éxitos; con insultos y consignas simplonas, en cambio, se pierde toda la fuerza subversiva.

Eco, Umberto: «Per una guerriglia smiologica». En: Eco: *Il costume di casa*. Milán.

Graffiti: «Ellos tienen el poder, nosotros la noche»

Acerca de los muros como zona erógena

Más allá de la corrección de mensajes más o menos explícitos, el sniping puede apuntar también a la ocupación simbólica de espacios que normalmente parecen tener más bien un carácter funcional: muros, edificios, letreros de poblaciones y de tráfico, trenes, señales, etc. Las sniperas saben, sin embargo, que no existe ningún lugar «no-significante». Bien al contrario, un muro liso de hormigón o un tren de metro recién pintado están especialmente cargados de significados. La «okupación» se hace mediante graffitis, plantillas de textos o dibujos, pegatinas, carteles, pancartas o banderas.

Cada intervención con graffitis en el espacio público se realiza –consciente o inconscientemente– teniendo presente que dicho espacio ha sido estructurado a través de la arquitectura y otros elementos de manera que exprese de forma físicamente palpable las relaciones de dominio y poder (○ *lugares y espacios*). Los propietarios y usuarios de las edificaciones determinan conjuntamente con las instituciones burocráticas, planificadores y administradores el aspecto del espacio público. Los propietarios tienen el privilegio de poder configurar individualmente la apariencia de su ambiente, por lo menos en el marco del aburrimiento normal. Los burócratas estatales vigilan las leyes de construcción, decretan normas de construcción, elaboran planos de pueblos, ciudades, caminos. Como representantes de los «intereses públicos» no son sino los administradores burocráticos del aburrimiento ostentativo de las metrópolis.

Los graffitis socavan la idea de lo público que somete la configuración del espacio público a la propiedad privada y a la legitimación burócrata. Los graffitis convierten las superficies de la ciudad en espacio abierto sin ningún discurso privilegiado. La «escritura salvaje» rompe mediante sabotaje estético la hegemonía de los urbanistas estatales/municipales y de las constructoras privadas con respecto a la escenificación del espacio urbano. Visto así, la utilización autónoma del espacio público constituye ya en sí una expresión de sentido. Aquí puede aplicarse la frase de Marshall McLuhan «The medium is the message». Los graffitis son una crítica de la función representativa de la arquitectura y cuestionan el derecho a una fachada no alterada. Al mismo tiempo apuestan por la ocupación simbólica de lugares seleccionados, incluso por la demarcación de territorios.

Thiess, Peter: «Gutachten zur Auslieferung Naeglis». En: *Schweizerische Zeitschrift für Strafrecht*, 1983, pp. 215-225.

Ferrell, Jeff: *Crimes of Style. Urban Graffiti and the Politics of Criminality*, Nueva York/Londres, 1993, p. 176.

Las sniperas a menudo se interesan poco por la importancia social de las superficies que trabajan, es decir, les da lo mismo si se trata de un edificio de despachos, ayuntamientos, vagones de metro, muros de fábricas o puentes de ferrocarril. Los tres puntos que más importan son: 1.- ¿Qué riesgo conlleva pintar con esprays una determinada superficie (exigencias acrobáticas y riesgo de ser pilladas)?; 2.- ¿Obedece el lugar escogido a la necesidades formales (tamaño, estructura de la superficie)?; 3.- ¿Cuánta gente podrá ver el resultado?

Muchas veces los graffitis no tienen un mensaje claro, o sea que sólo son imágenes o «marcaciones» personales, es decir, «tags» que a veces no significan nada más que «ya he estado aquí». Desde una perspectiva política tradicional, esta forma de transformación del espacio público sería considerada más bien apolítica: «Quien sepa exactamente la causa y el fin de su compromiso, querrá comunicar su objetivo con la mayor efectividad posible y debería dejar de lado los esprays, puesto que este objetivo desaparece muchas veces detrás de la obra gráfica. A no ser que sea ésta en sí misma el objetivo». De hecho, el sentido de los graffitis a menudo no se encuentra en primer lugar en un mensaje claro y conciso, sino en la apropiación del espacio público, sea con la intención que sea. Y curiosamente pasa que los graffitis que no transmiten ningún significado expreso, rechazando de este modo la obligación de dar explicaciones y «crear sentido», pueden resultar más provocativos.

Schmid, Joachim: «Graffiti: Das Medium derjenigen, die dagegen sind». En: Kerbs, Dieter (ed.): *Ästhetische Praxis – Politische Praxis. Sonderheft von «Kunst und Unterricht»*, Seelze, 1981.

Las condiciones específicas de la realización de graffitis conducen a veces a soluciones formales muy convincentes: «La presión

Alquitranar y emplumar ...

grupo denunció «la preparación psicológica para la guerra que se perseguía mediante este y otros monumentos parecidos». Unos trabajadores del Ayuntamiento tuvieron que emplearse a fondo para sacar esta «inmensa porquería» (según el diario Ludwigsburger Kreiszeitung) de la piedra. Pero el monumento sigue sufriendo hasta hoy día las más diversas transformaciones. Unos defensores algo especiales de la reunificación alemana anunciaron para el 3 de octubre de 1990 una «voladura» del monumento («Dejemos el camino libre para Alemania»). La acción, sin embargo, se quedó en una ducha con un

Alquitranar y emplumar .

espesor. La policía estaba alerta de la acción e hizo un masivo acto de presencia en el lugar, hecho que fue aprovechado para hacer la tan esperada foto de familia de soldados nazis con policías de la República Federal de Alemania. Pero parece que lo de alquitranar & emplumar traumatizó profundamente a los defensores del monumento. Esta acción irritó a los amigos del estamento militar mucho más que las diferentes pintadas con spray. Utilizan cualquier ocasión para evocar esta «vileza». Se ve que habían entendido muy bien la crítica.

del tiempo, el carácter secreto de la acción nocturna, la limitación de los medios, las particularidades del lugar, todo eso constituye paradójicamente una fuente de recursos para la creatividad. La prisa obliga a no fijarse en reglas estéticas y a ir directamente al grano». Es precisamente la ilegalidad la que convierte los graffitis en muy atractivos para la gente más joven. Ahora queda también bastante claro por qué tienen que fracasar los intentos de interpretar los graffitis como arte. La tendencia a integrar a los que hacen pintadas con sprays como artistas y a poner superficies a disposición de los graffiteros es un claro ejemplo de la política de «la zanahoria y el látigo» y no está en absoluto en contradicción con la represión a veces masiva. En Berlín, por ejemplo, se creó una comisión especial para la persecución de graffiteros, y en Estados Unidos hay gente que acabaron en el talego por el sólo hecho de que los pillaron con el color de piel equivocado, con las bambas equivocadas y en el lugar equivocado haciendo graffitis. Si a ello se añaden además precedentes por robo en una tienda, por ejemplo, eso puede significar en algunas regiones el «out», como en el baseball: «Three strikes - you're out!» (tres golpes y te quedas fuera), es decir que te quedas de por vida en prisión preventiva.

«Thevoz, Michel: Die Mauer als erogene Zone». En: Bianchi, Paolo (ed.): *Graffiti*, Basilea, 1984.

Aunque parezca absurdo, por ejemplo, que el «graffitero de Zúrich» haya sido condenado justo cuando sus «trabajos» ya habían sido admitidos, definitivamente, dentro de los cánones del arte y cuando los ejemplares aún existentes habían sido declarados monumentos públicos, las dos estrategias persiguen el mismo objetivo, o sea, el de evitar el ataque al espacio público mediante graffitis. La realización públicamente legalizada y promovida de graffitis en vallas de solares, como configuración pagada de fachadas o incluso en galerías de arte les quita su efecto subversivo y funciona mejor que cualquier represión abierta.

Baudrillard, Jean: «Requiem por los media». En: Baudrillard: *La economía política del signo*, México D.F., 1974.

Y éste es, justamente, el límite de esta forma de arte de graffiti: «Juegan con la arquitectura, pero sin romper sus reglas de juego». Cuando el «Graffitero de Zúrich» caracteriza los graffitis como quizás la primera forma de «arte militante», conoce muy bien la diferencia entre graffitis y arte. Sabe perfectamente cuál es el sentido de los graffitis por encargo: «Aunque las figuras que yo creara por encargo del Estado fueran mejores o, por lo menos no peores, toda la acción perdería su encanto. Significaría su recuperación y neutralización por parte del Estado. Creo que todo graffiti vive de su autonomía». Es por esto que sigue habiendo «writers»

Zürcher Sprayer: *Mein Revoltieren, mein Sprayen*, Berna, 1979.

Cfr. en la parte de Servicios las «Art Crime Sites» de internet.

Hay que ver lo que se puede hacer ...



Conservación de monumentos públicos

Uno de los objetivos preferidos de las sniperas son los monumentos. Se encuentran en prácticamente todas las plazas públicas y son testimonios del poder y de las posibilidades de sus impulsores para representar una determinada manera de ver un acontecimiento o una figura histórica en un espacio público. Los monumentos no encarnan la verdad. Expresan la perspectiva que las observadoras han de adoptar acerca de una figura o un acontecimiento histórico según la intención de sus creadores. Al mismo tiempo pretenden ejercer una influencia sobretemporal. Conservación de monumentos se llama a aquella institución que se cuida de que se mantenga la forma histórica de estos símbolos.

Las observadoras, sin embargo, tienen su propia manera de ver los monumentos. Sus mensajes se cuestionan o se rechazan con el transcurso del tiempo, a veces incluso ya en el momento de su construcción. Oskar Negt/Alexander Kluge se preguntan, pues, «si los monumentos que documentan etapas históricas no deberían ser construidos en versión doble: una versión para documentar un determinado estado histórico —que posiblemente contendrá deformaciones y errores— y otra versión para que la gente la pueda deformar, cambiar y corregir con el curso del tiempo. Es necesario preservar tanto la historia como las divergencias con la historia en los monumentos públicos». Eso, precisamente, es lo que pretenden las sniperas cuando intentan expresar sus discrepancias respecto de la perspectiva de los impulsores de los monumentos mediante diferentes maneras de intervención simbólica, dañando los monumentos o cambiándolos y tergiversándolos mediante la adición de textos o de pintura. A la guerrilla de la comunicación le interesa sobre todo el cambio. No se trata tanto de la destrucción, sino del ○ *distanciamiento* y de la ○ *tergiversación* de los símbolos encontrados. Podemos observar dos formas diferentes de desvirtuación.

Negt, Oskar/ Kluge, Alexander: *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Salamanca, 2000.

A veces basta con añadir una bandera para remarcar la ocupación temporal del ○ *espacio público* o para dotar a un monumento, por lo menos durante un tiempo, de otro sentido. Cuando en 1995 Rifondazione Communista (RC) celebró, como cada año, su fiesta tradicional de una semana en la «Piazza delle Poste» de la ciudad norditaliana de Verona y pusieron una bandera roja con el martillo y la hoz en las manos del héroe nacional y socialista Guiseppe Garibaldi, eternizado allá como estatua ecuestre, intervino inmediatamente la administración municipal exigiendo la retirada de la bandera, puesto que ésta «maculaba el paisaje» (*L'Arena*, 15-9-1995). La sustitución de las banderas que ondean en el Ayuntamiento de Barcelona (26-2-97) y en el Parlamento de Cataluña

... con los monumentos a los héroes de guerra.



SPRAYER

El GRAFFITERO de Zúrich

A finales de los años 70 aparecieron en muros de hormigón, fachadas y paredes de Suiza y de numerosas grandes ciudades alemanas hombres-araña que parecían bailar, esqueletos y ojos de animales suavemente arqueados. Se podían observar figuras extrañas, dibujadas por regla general con líneas minimalistas de espray negro. En cualquier esquina podía aparecer de repente una de ellas y despertar la idea de un misterioso mundo de imaginación en medio de la gran ciudad. En 1979, la policía de Zúrich detuvo al hasta entonces anónimo graffitero y lo denunció ante los tribunales. Antes de la vista del recurso, Harald Naegeli, el Graffitero de Zúrich, se fugó a Alemania. Pero fue entregado a la policía suiza y condenado a nueve meses de prisión incondicional.

En los considerandos de la sentencia de la Audiencia de Zúrich argumentaba: «Durante años y con una desconsideración, insistencia y dureza sin iguales, el acusado ha intentado crear gran inseguridad entre los habitantes de Zúrich y ha querido sacudir su fe en la invulnerabilidad de la propiedad». Esta sentencia no entró en la cuestión de si los trabajos de Naegeli podían ser considerados como actos artísticos. Nos preguntamos, sin embargo, cómo se explica que estas extrañas y entrañables figuras de Naegeli puedan haber provocado unas reacciones tan violentas, sobre todo si se considera que sus graffitis no parecían transmitir ningún contenido político.

Esta forma de ocupación y configuración propia de los espacios públicos constituye un ataque de primer orden a los conceptos burgueses de la propiedad justamente porque no se puede aplicar la excusa de ser expresión de una reivindicación o de un contenido político, sino que se toma el derecho a una transformación estética propia de una superficie sin dar explicaciones (○sniping). El mismo Naegeli confirma esta exigencia cuando habla de las galerías y de los museos como «lugares desactivados», donde ya no es posible provocar nada. Al mismo tiempo insiste en no haber destruido nada con sus imágenes, sino de haber añadido, regalado, algo. La condena de Naegeli despertó vehementes protestas; numerosas artistas y políticos (sobre todo socialdemócratas) querían impedir su criminalización con la afirmación de que sus trabajos deberían ubicarse en el ámbito del arte.

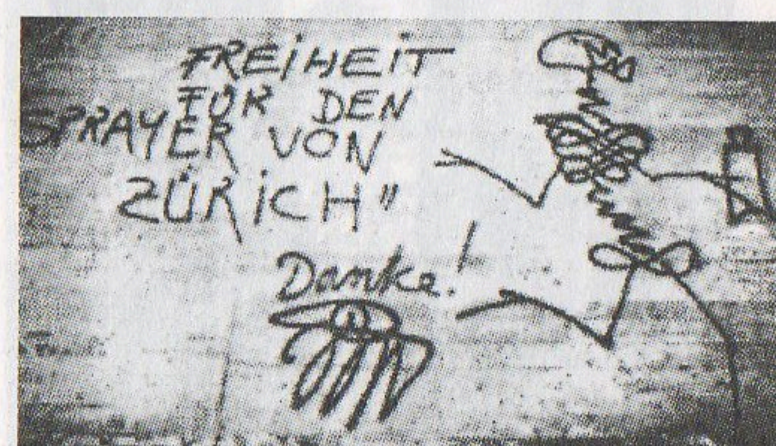
Pero fueron posiblemente estos bienintencionados intentos de salvación los que paradójicamente contribuyeron a mitigar más las intenciones de Naegeli que la persecución judicial. Sus trabajos han entrado ahora justamente en el ámbito de los museos y galerías, es decir, en el ámbito contra el que iban dirigidos en un principio: «Todo cuanto se hace o se dice allí —por más loco que sea— es desactivado bajo el concepto de arte. Es la libertad del bufón que no conoce tabúes» (Müller: 1984, p. 101). A pesar de todos los intentos de recuperación, las figuras de Naegeli en tanto que enfrentamiento con la representación del poder en hormigón, constituían también una anticipación del movimiento juvenil de Zúrich que, a su vez, supo interpretar la importancia de este material como símbolo de dominio con la frase: «Lástima que el hormigón no queme». ○

Müller, Michael (ed.): *Der Sprayer von Zürich. Solidarität mit Harald Naegeli.* Reinbek bei Hamburg, 1984, p. 91

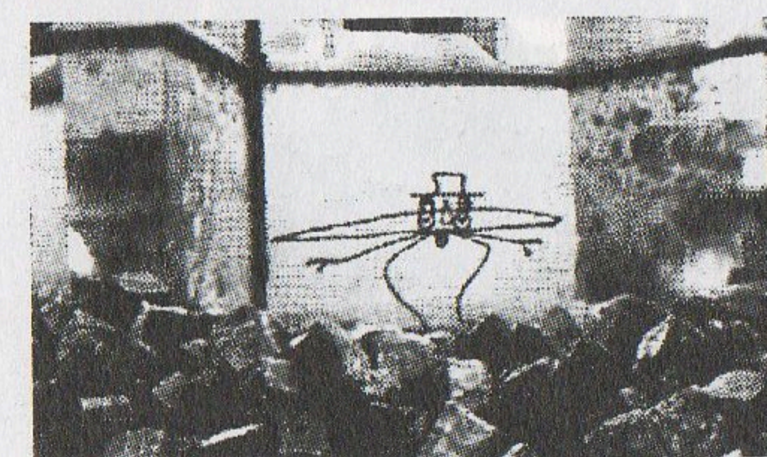
por una bandera negra con el símbolo okupa, ambas acciones realizadas a plena luz del día por activistas del movimiento okupa para reclamar el fin de la represión contra este movimiento, no sólo ponía en cuestión la seguridad de los respectivos edificios, sino que representaban la okupación siquiera simbólica de dos de las instituciones de poder más importantes de Cataluña (○ *Ayuntamiento okupa*).

La acción para salvar el monumento a Lenin (de 18 m de altura) del barrio de Friedrichshain, en Berlín oriental, organizada en 1991 por la ○ *Oficina de Medidas Insólitas*, se planteó también como un acto simbólico. Las vecinas, pero también la Nueva Asociación para las Artes Plásticas y el partido Alternative Liste (AL) reivindicaban que el Senado de Berlín en vez de ordenar la demolición de la estatua de granito, erigida en 1970, la convirtiera en un «lugar de reflexión», así como la posibilidad de que el monumento pudiera ser cambiado creativamente cada año por un artista diferente: «Al cabo de diez años —y después de varios "cambios"— el monumento podría ser dejado en manos de la naturaleza. La hiedra, la vid silvestre o la espérgula se adueñarían del monumento y en la memoria quedarían múltiples y muy diversos recuerdos...» (comunicado de prensa). Una primera transformación la realizó la misma Oficina con una plataforma elevadora a plena luz del día. Lenin fue decorado con un fajín donde se podía leer la famosa consigna de cuando la caída del muro: «No a la violencia».

Pero todo fue en balde, Vladimir Ulianov fue derribado. Justamente esta línea dura de actuación contra las herencias de piedra del socialismo real demuestra la importancia simbólica que se sigue asignando a tales monumentos. Por esta razón se eligen sobre todo monumentos políticos (de guerras y de reyes o políticos) para hacer comentarios o burlarse de ellos. En junio de 1983 se complementó la inscripción «A nuestros muertos de todas las guerras», de un denominado monumento a los caídos de guerra, con un ligero cambio de palabras: «A todos los muertos de nuestras guerras» (*Bonner Generalanzeiger*, 23-6-1983). El grupo de mujeres Blood, Sweat and Teer (Sangre, sudor y alquitrán) de Marbach actuó en 1985 sin darle tanta importancia a los textos. En honor a su nombre alquitranaron y cubrieron con plumas a los soldados de un monumento de guerra de los nazis, ubicado en el centro de la ciudad. Tales acciones subrayan que lo importante a veces no es el texto, sino la imagen. A veces es más efectivo pintar los monumentos de guerra de color rosa o amarillo fluorescente que ponerles la frase de Tucholsky «Los soldados son asesinos», frase más que cierta en este contexto, pero ya muy trillada.



«Libertad para el Graffitero de Zúrich. Gracias»



ADBUSTERS

Crítica al consumo y a la publicidad

Adbusters, «Journal of the Mental Environment», de carácter trimestral, representa en Canadá y EEUU la punta de lanza propagandística de la crítica contemporánea al consumo y a los medios de comunicación. Es un magazín como Tempo o Wiener dominado, sin embargo, por antialcohólicos, antifumadores y gente que detesta la televisión. El editor es la Media Foundation, fundada en 1988. Adbusters intenta difundir una subversión que sigue los principios del marketing capitalista: «combátelos con sus propios medios». La antipublicidad se dirige en primer lugar contra las aberraciones de la sociedad del consumo: «Ganar luchas medioambientales, culturales e ideológicas y crear nuevos paradigmas es el nombre del juego». Incluso el que considera esta forma del ○ subvertising como problemática, puede encontrar en Adbusters muchas sugerencias para acciones de la guerrilla de la comunicación. La revista publica, por ejemplo, con regularidad esbozos de carteles e informa sobre «mejoras de paneles publicitarios» o ○ fakes.

Editor Kalle Lasn en: *Adbusters Culture Jammer's Calendar 1995.*

«Adbusters» es una palabra compuesta por «ad» (abreviatura de publicidad/anuncio) y «busting» (destruir). Probablemente es una alusión a la popular película «Ghostbusters», pero en vez de ahuyentar fantasmas, se trata de luchar contra la publicidad, el consumo y la contaminación medioambiental. Estas acciones de «de-marketing» (antimarketing) persiguen objetivos parecidos a los del grupo australiano de billboard banditry BUGA UP (○ sniping).

http://www.adbusters.org/adbusters/

El maravilloso mundo de la publicidad

Del advertising al subvertising

«Bebo Jägermeister porque a mi camello lo han metido en el talego» fue el eslogan de una campaña de antipublicidad para el producto de una fábrica de licor de Braunschweig, que se publicó en la revista satírica *Pardon* (un precursor de la *Titanic*). Este «subvertising» es una de las más importantes formas de acción de una vertiente de la guerrilla de la comunicación en EEUU, Canadá y Australia conocida por el nombre de «culture jamming» (interferencia cultural). «Subvertising» es un juego de palabras sobre la base del verbo inglés «to advertise» (hacer publicidad), y se refiere a la producción y difusión de antipublicidad o de parodias de publicidad. Así se convierte la «promotion» en «demotion», o el «marketing» en «demarketing». Se utilizan textos e imágenes de la industria publicitaria para deconstruir anuncios o campañas publicitarias mediante el ○ *distanciamiento.* El cambio de la famosa campaña «Bebo Jägermeister porque... » subraya el carácter de droga del alcohol mediante la introducción del «camello», y a la vez alude a la doble moral de la represión de drogas en Alemania. (Por esta antipublicidad la revista *Pardon* perdió un pleito que la llevó casi a la quiebra.) El efecto de irritación se produce por utilizar medios estilísticos propios de la publicidad en momentos y contextos inesperados. Al motivo «Jägermeister» ya se había

Dery, Mark: *Culture Jamming*, Westfield, 1993, pp. 8 s.

United Colors de Mierda



Ante un ambiente de pesimismo cultural, Adbusters difunde una mezcla entre ○ contrainformación clásica, información sobre billboard banditry y su propia antipublicidad. Sus técnicas para tergiversar la imagen de conocidos productos de marcas o fabricantes —consideran a Budweiser, Marlboro, Benneton, Coca-Cola, McDonalds y Calvin Klein como los peores contaminadores de la mente («archetypal mind polluters»)— son el ○ collage y el montaje. Además de formas tradicionales de hacer política como lo son peticiones y campañas públicas, la revista llama en su «Culture Jammer's Manifesto» también a la interferencia de programas de televisión («television-hijacking» = secuestro de televisión) y a formas de sabotaje ecológico («monkey-wrenching» = darle a la llave inglesa).

Su versión del culture jamming (interferencia cultural), sin embargo, apunta principalmente a hacer contrapublicidad o «marketing social» a través de los canales existentes de los medios de comunicación. Sus creadores se creen de verdad la frase: «With your help, the revolution will be televised» (Con tu ayuda, la revolución será televisada). Adbusters quiere atizar el debate público sobre la sociedad de consumo y conseguir que las ciudadanas sean capaces de defender sus propios intereses. Para ello la revista exige una campaña multimediática de educación con la cual pretende devolver a las consumidoras el control sobre su consumo de tabaco, alcohol, moda, cosmética, comida, coches y medios de comunicación. Evoca el poder de los media y el mito

recurrido antes en Italia cuando, después del «accidente» de gases tóxicos de Seveso, en 1977, se lanzó la consigna: «Bevo Jägermeister perchè a Seveso c'è la diossina» (Bebo Jägermeister porque en Seveso hay dioxinas).

Indianer und P 38, München 1978, p. 38.

Respecto al contenido se puede decir que con el subvertising se trata de desacreditar un producto o ridiculizarlo. La publicidad de un producto es recogida y ○ *tergiversada* mediante la desvirtuación de los contenidos y desvalorización de los mensajes. El subvertising puede consistir también en añadir un texto explicativo sobre el «verdadero» efecto o los efectos secundarios de un producto. Especialmente atractivos para ataques de tergiversación son los artículos de marca o los símbolos de marcas conocidas. Un ejemplo: la publicidad de Benneton «The United Colors of Advertising» se convierte en un trozo de mierda: «United Bullshit of Advertising».

A menudo se cambian textos y/o imágenes en superficies de propaganda como los grandes paneles o rótulos de empresas que están al alcance público. En esta vertiente más bien artesanal del subvertising (○ *sniping*) cada pieza representa una «pieza única». Otra forma es la difusión de parodias de publicidad o de antipublicidad mediante medios publicitarios profesionales que se difunden a través de postales o revistas.

El subvertising representa el intento de salir del papel pasivo de receptora de

Shell to Hell – Shell al infierno



de la relación directa entre la violencia en la pantalla y la violencia real en la sociedad. Bajo la rúbrica «subvertising» se encuentran también carteles antitelevisión, y cada año organizan una semana internacional de apagar la tele: «Turn off your TV – Take back your life» (Apaga tu televisor – Retoma tu vida). Los editores producen en su propia agencia publicitaria no comercial, con el nombre de «Powershift» (cambio de poder), anuncios publicitarios para Greenpeace y otros grupos ecológicos, así como anuncios propios que normalmente son boicoteados por las emisoras de televisión de EEUU. Están trabajando en una serie propia de televisión sobre los activistas de los media y preparan un manual de culture jamming. De vez en cuando, Adbusters llega a hacer un verdadero merchandising de culture jamming con agendas, chapas, carteles, vídeos etc.
La revista ganó en 1994 el premio «Western magazine Award for Magazine of the year» por su crítica cultural. En el continente norteamericano es de gran importancia para una determinada movida. Adbusters recoge las protestas de muchos grupos pequeños y locales que se articulan desde un específico sentimiento de responsabilidad política, vinculado al propio cuerpo y a criterios morales individuales. Una actitud que no es casualidad que nos recuerde a los primeros pioneros de la historia de Norteamérica. La protesta pública efectiva de la nueva izquierda de Estados Unidos se ha ido convirtiendo, con el tiempo, en una actitud de crítica al consumo que, por regla general, no cuestiona el sistema social.

mensajes o de comprador de mercancías, y de retomar el debate público sobre su significado político o social: «Un número creciente de artistas, activistas y ecologistas quieren ser arena en el engranaje para llevar a la fábrica de imágenes norteamericana a un paro repentino» (*Adbusters*, n.º 1, vol. 3, 1994, p. 80).

El abanico va desde intervenciones divertidas e imaginativas, imitando la misma publicidad, hasta denuncias bastante pesadas de la burguesía ecologista. Los diferentes grupos que se dedican al embellecimiento de paneles publicitarios no suelen utilizar consignas muy evidentes contra los productos. Ellos prefieren ridiculizar los mensajes publicitarias por medio de pequeños cambios. El objetivo de la mayoría de los grupos que se dedican en EEUU y Australia al subvertising es la denuncia crítica de la publicidad que invita al consumo de alcohol, tabaco y artículos de cosmética. En esta dirección va sobre todo la revista trimestral

Adbusters

○ *Adbusters*, publicada en Canadá y EEUU y el grupo de billboard banditry BUGA UP de Sydney. Actúan como predicadores con los individuos: ¡No bebáis alcohol, no fuméis, no miréis la tele y no compréis! Esta forma de protesta reduce la crítica de la producción capitalista a la exigencia de renuncia al consumo y de autodisciplina. Pero el subvertising es también capaz de expresar una crítica más profunda. Mediante el juego con los eslóganes publicitarios se facilitan nuevas maneras de ver la diversidad de mercancías maravillosas. El subvertising

La tolerancia desde la fuerza o la arrogancia del poder

El alcalde demócratacristiano e hijo de general Manfred Rommel, a quien le gusta escenificarse como la personificación viva del auténtico e histórico liberalismo de Suabia, buscó en su segunda campaña electoral el voto con un cartel donde se podía leer en letra clasicista: «Manfred Rommel: tolerancia desde la fuerza». Una noche, sin embargo, numerosos carteles fueron sustituidos por otros. Éstos decían con la misma letra y con el mismo color serio de traje azul: «Manfred Rommel: la arrogancia del poder». Con la única diferencia del enunciado, el nuevo cartel imitaba a la perfección el anterior y logró así que el cambio no se detectara enseguida.

En EEUU y Canadá se critica la versión Adbusters del culture jamming porque se vale de los símbolos estéticos de la era de la alta tecnología y del merchandising. Más problemático, sin embargo, nos parece que su idea del ser humano no se distinga mucho de la de los sujetos de la publicidad. Quien crea de la misma forma que los Adbusters en el poder de los media y sólo invierta la dirección de la lanza, no respeta mucho más a las consumidoras de los media que los mismísimos «grandes seductores», y las reduce igualmente a una función de objeto. Políticamente los Adbusters se ubicarían en el centro, «ni de derechas, ni de izquierdas». A eso se corresponde la crítica burguesa al consumo, al igual que el reaccionario pesimismo cultural también muy extendido por acá. Así no es de extrañar que ya no se hable del problema del «capitalismo» en su revista. ⊙

puede contribuir a cuestionar la reducción de la existencia humana al aspecto de consumidor de mercancías, sin que eso se deba expresar necesariamente en forma de una crítica puritana al consumo.



© Adbusters 1995

Consume your masters

por Sonja Brünzels & Kees Stad

A pesar de la última tendencia de reinterpretar el consumo como una práctica creativa o incluso subversiva, la crítica social de la izquierda que tildaba a Alemania de «democracia de mercancías» solía constituir también una crítica a la sociedad de consumo. El consumo de las masas es un garante importante del funcionamiento del capitalismo. Como sector central de la circulación y como lugar donde se transforman los deseos, anhelos y ansias potencialmente revolucionarios en forma de mercancías para su neutralización política, constituye al mismo tiempo una fuerza social integradora y un motor del mercado. Asegurar posibilidades de consumo fue una condición indispensable para las imposiciones políticas y un garante de estabilidad tanto en los tiempos de la posguerra («el milagro económico») como en el transcurso de la reunificación. El consumo ha sido también un campo político central para la izquierda aunque con diferentes intenciones. Mientras que la izquierda tradicional intentaba reivindicar el derecho de las masas al consumo, partes de la nueva izquierda, seguidores de la teoría crítica, criticaban a menudo las falsas necesidades. Pero siempre han existido corrientes políticas que no seguían ni la ideología de la renuncia ni el fetiche del consumo. El intento, por ejemplo, de organizar formas alternativas de vivir en colectivos y comunas, entre algunos sectores de los nuevos movimientos sociales, representaba al mismo tiempo una forma práctica de crítica al consumo capitalista de masas.

Entre los grupos de habla inglesa que defienden una posición de crítica al consumo se encuentran, por ejemplo, los ➲ *Adbusters* o las activistas de BUGA UP. Hacen una crítica al consumo de determinados productos, muchas veces moralizante, sin llegar a cuestionar seriamente las condiciones de producción capitalista de mercancías. Esta idea de la renuncia al consumo gana su atractivo también del sueño de un movimiento activo de masas como: «Imagínate que hay supermercados pero nadie entra». Pero esta misma crítica puede expresarse también exigiendo más consumo. En 1994, un grupillo de gente que compartía piso en Tubinga colocó en la fachada de su casa con escritura luminosa la invitación: «Comprad más». En el mismo edificio había una sucursal del Deutsche Bank que confirmó la eficacia del llamamiento al pedir su retirada inmediata.

La manera más simple de atacar la sociedad de consumo consiste en comprar gratis. A la gente le gusta tanto robar porque así se junta la práctica política con necesidades cotidianas muy concretas (por ejemplo, tener ganas de un desayuno con champán). No obstante, ha habido largos debates entre los grupos de izquierda sobre la cuestión de quién puede robar y a quién (a las grandes multinacionales o también a la gente afín), de en qué ocasiones es políticamente correcto robar y cuándo sirve sólo para el enriquecimiento individual. En la Italia de los años 70, los ➲ *Indiani Metropolitani* intentaron, por ejemplo, politizar el concepto de la «autoriduzione» de precios. Para ello podían apoyarse en una práctica muy extendida entre la población. Mientras que las amas de casa en Roma y Nápoles corregían desde hacía tiempo a la baja los precios del alquiler y de la electricidad, los indios metropolitanos practicaban además la asistencia gratis e informal a cines y restaurantes de lujo. La práctica del sibaritismo sin pagar fue también una de las acciones de resistencia contra el «ennoblecimiento» del barrio berlinés de Kreuzberg. (Tirar mierda en tales locales podría ser incluido más bien en el capítulo de «Ética protestante de la renuncia».)

Indianer und P 38. Italien: Ein neues '68 mit anderen Waffen. Münich, 1978, pp. 75 ss.

El escenario central para el espectáculo occidental del consumo de masas es y seguirá siendo el supermercado. El carrito de compras impone el ritmo monótono de su rechinar a los que avanzan entre las estanterías aparentemente infinitas. Las mercancías colocadas según los planos minuciosamente elaborados del *product placement* predeterminan los caminos (los dulces a la altura de los ojos de los niños, la leche en el rincón más lejano del local). La luz gris de los fluorescentes y la musiquilla narcotizante que se introduce furtivamente en el subconsciente tienen la función de maximizar las compras. Pero esta presentación de las mercancías provoca en las consumidoras no sólo ganas de comprar, sino también la conciencia acerca de su propia posición social, que se ve despertada tanto por las posibilidades de comprar como por la visión de aquellas mercancías que no se pueden permitir.

Los grupos anárquicos se sirven con mucha imaginación de esta doble cara de Jano del consumo. Actos de sabotaje (➲ *Averiada*) y las más diversas acciones de la guerrilla de la comunicación se esfuerzan por dificultar la venta de mercancías y por despertar una conciencia crítica acerca del consumo. Penetran en los templos de consumo, embrollan las reglas y sueñan con que las consumidoras empiezan a preguntarse de repente si realmente tienen que comprar algo. Buscan la sonrisa de comprensión que hace que el gran grito sin motivo del «cómprame» de la publicidad se extinga sin ser escuchado.

El juego con la locura consumista funciona especialmente bien cuando consigue que los clientes participen directamente. En Utrecht se vació una vez un camión lleno de dulces para regalarlos a la gente. Tales acciones en principio no constituyen una crítica a las necesidades de consumo; más bien se limitan a jugar con el ansia de consumo de la gente. Pero como apuestan por una reducción radical de los gastos de consumo, coinciden con un deseo de los consumidores, motivo por el cual pueden contar con la

AVERIADA: disculpen las molestias

Una manera muy directa de acabar con la sociedad de consumo es, desde luego, anunciar su avería. Las vistosas pegatinas bilingües (catalán/castellano) con las que las gentes de Al Enemigo ni Agua (AENA) de Barcelona van proveyendo a las más diversas máquinas automáticas y cajeros de bancos seguro que les darán un bien merecido descanso.



¡Múnich viaja gratis!

En julio de 1992, poco antes de empezar la Cumbre Económica Mundial en Múnich, la revista para los clientes de los Transportes Metropolitanos de Múnich anunció que durante la Cumbre el uso del transporte público sería gratuito, puesto que el Ayuntamiento y el Consorcio de Transportes Metropolitanos temían que se produjera un colapso de tráfico. «El servicio gratuito se propone también compensar a los ciudadanos por las molestias que sufrirían durante la cumbre». En vista de los gastos que causaba el encuentro (3.400 millones de pesetas) y la remodelación de la suite de hotel para el Sr. George Bush

simpatía más o menos abierta de los presentes. Uno de los grupos subversivos más conocidos que trabajaban en este campo fue el grupo King Mob de Inglaterra. Imprimieron carteles con la estética publicitaria adecuada y los pegaron en los muros alrededor de supermercados o grandes almacenes. Los carteles anunciaban que hoy era «free shoping day», que cada clienta podía llevarse gratis un carrito lleno de mercancías. Aquel día, los vigilantes y el personal del establecimiento estuvieron muy ocupados, ya que tenían que convencer a cada compradora, una por una, de que tenían que pagar. En según qué ocasiones, tener compasión de los compradores equivocados o en dificultades no buscadas no sea quizás lo más conveniente. Eso, por lo menos, sugiere un ejemplo de Toulouse. Cuando las cajeras de un supermercado de esta ciudad empezaron una huelga salvaje para conseguir un aumento de sus sueldos, cientos de clientes aprovecharon la ocasión de pasar corriendo y con los carros llenos por las cajas, a pesar de los llamamientos desesperados de la dirección por los altavoces. Sólo seis dejaron un cheque a cuenta.

Unas de las acciones más guapas de los King Mob tuvo lugar el día antes de Navidad, uno de los días de más locura compradora de todo el año. En esta época, las grandes empresas de consumo suelen decorar sus negocios ofreciendo un ambiente de «amor-alegría-familia» para aumentar la disposición compradora. Tomarse en serio la encarnación de la maximización de las cifras de ventas vestida de Papá Noel significaba para los King Mob reconducirlo a su sentido original: el de traer regalos. En la calle Oxford Street de Londres, los activistas, vestidos de Papá Noel, repartieron a toda pastilla mercancías de las estanterías de centros comerciales entre los niños y padres presentes. Los vigilantes de los establecimientos corrían de un lado a otro para recuperar los juguetes en manos de los niños que, llorando y gritando, se resistían a soltarlos. Y naturalmente hubo un gran número de personas que simplemente se marchó con su «regalo».

Pero los centros comerciales no han sido convertidos sólo para las Navidades en auténticas casas de regalos para la clientela. Un ejemplo más sería el grupo que distribuía octavillas delante de un comercio donde se explicaba a la gente que todas las mercancías señaladas con un pequeño punto negro eran gratis. Otro grupo se hizo con la megafonía de un gran centro comercial de la ciudad holandesa de Nijmegen para protestar contra el recorte de las prestaciones sociales. Anunciaron por los altavoces: «Cualquier compra que se realice durante los 60 minutos siguientes será gratis». Aún más gracia tenía una octavilla de Frankfurt que unía el placer de recibir regalos con el cuestionamiento de los sistemas de seguridad cada vez más sofisticados: «El Kaufhof, el gran almacen de la aventura. Queridas clientas y clientes: Nos dirigimos a Vds. para pedirles un favor insólito: ¡Ayúdennos a comprobar el buen funcionamiento de nuestros dispositivos de seguridad robándonos algo!»

¡Múnich viaja gratis! ...

(42.500.000 pts.), lo más importante, según palabras del alcalde Georg Kronawitter, sería acercarse más a los ciudadanos en vez de insistir en ahorros presupuestarios. El Consorcio reaccionó enseguida contra la buena imitación de su revista. «¡Tonterías!«, dijo su portavoz, «naturalmente que hay que pagar durante la Cumbre». Las que viajaban gratis a pesar del desmentido tenían, no obstante, una buena excusa cuando se las pillaba durante aquellos días: sólo tenían que referirse a la revista del Consorcio y exclamar: «¡Esto es el colmo!« (colmo y cumbre es la misma palabra en alemán; N.T.)



De repente estaban allí los Indios Metropolitanos. Pero del cómo y del cuándo nadie sabía nada. Lo único cierto es que fueron vistos en público por primera vez en 1977 en Bolonia y en Roma. Es verdad que las fiestas del underground italiano en mayo de 1975 y los artículos en ○ A/traverso del mismo año, que imitaban el lenguaje de las «pieles rojas» de conocidas películas del Oeste, ya podían ser considerados como sus precursores. Pero no fue hasta 1977, cuando cada vez más gente empezó a abandonar las «eternas praderas de caza» de la vieja izquierda marxista y sus formas de lucha anticuadas, que la tribu de los Indiani Metropolitani se transformó en un movimiento fuerte.

Sus armas eran disfraces llamativos de color y hachas de plástico. Como estrategias para sobrevivir en un entorno cada vez más resistente a la revolución, inventaron un humor extraordinariamente poderoso y múltiples formas de confusión lingüística. Al igual que en ○ Radio Alice, su fuerza motriz estribaba en la voluntad de romper con las estructuras de poder dominadas por los partidos burócratas. El movimiento de 1977 ya no apostaba más por la típica ○ contrainformación de izquierdas, sino por una multiplicidad confusa del uso de la lengua en las diferentes tácticas de la contrainformación: «Más energía nuclear y menos pisos de protección oficial»; o sea, decir lo que nadie diría para ridiculizar de este modo la charlatanería acerca de las «reducciones temporales» o

Respecto al trasfondo político del movimiento, cfr. Balestrini, Nanni/Moroni, Primo: *L'orda d'oro, 1968-1977.* Milán, 1988, y *Indianer und P 38. Italien: Ein neues '68 mit anderen Waffen,* Múnich, 1978.

Tales acciones persiguen la meta de dejar en evidencia los métodos represivos de control a los que normalmente están sometidas las clientas y con los cuales se excluye de manera radical a toda aquella persona que no tenga la suficiente solvencia. Un grupo de personas sin techo de Colonia, que habían sido echadas de su sitio habitual por el servicio de seguridad de un gran almacén, se buscaron unos trajes buenos y volvieron al mismo lugar para ayudar con mucha resolución al personal de seguridad. Se dirigieron a personas que estaban mirando los escaparates y les avisaron de forma amable pero decidida que sólo estaba permitido pararse delante de los escaparates cuando realmente se tenía interés por comprar algo. De no ser así deberían marcharse enseguida.

Hahne, Ron: *Black Mask & Up against the Wall Motherfucker,* Londres, 1993.

Un grupo llamado «Black Mask» realizó un día en Nueva York una obra especial mediante el método del ○ *teatro invisible.* Disfrazados de cajera, cliente, vigilante, etc., entraron en un supermercado, de modo que nadie sabía ya quién era auténtico y quién no. Algunas mercancías fueron a parar al suelo, otras se regalaron o se robaron. La policía, que llegó al poco tiempo, detuvo a un gran número de clientes inocentes.

Yippies

Las acciones que provocan más irritación son, sin embargo, las que demuestran un uso de las mercancías y del dinero totalmente opuesto al orden de valores capitalistas.

Lamaodada

En febrero de 1977, el dirigente sindical Luciano Lama osó presentarse en la Universidad de Roma, ocupada ya desde hacía algunos días. Con levantar el dedo índice y soltar un discurso de advertencia pretendía hacer entrar en razón a los estudiantes y llevarlos de nuevo a la línea de Partido Comunista. Los estudiantes decidieron no echarlo, pero querían impedir al mismo tiempo que se introdujera la línea sindical en la Universidad. La situación olía mucho a una acción en el sentido del «maodadaísmo». Al amanecer se colocó ya un coche con megafonía en la universidad que varios cuadros sindicales vigilaron durante el

«recortes socialmente sostenibles». Afirmaban sus posiciones exagerando los mensajes de la parte contraria de tal manera que resultaban totalmente absurdos (⊙ afirmación subversiva). La desconfianza hacia la retórica política se expresaba en los Indiani Metropolitani a través de la provocación, de la perturbación verbal como ataque lingüístico, pero también en acciones sociopolíticas: mediante ⊙ happenings o acciones que atentaban contra la ⊙ gramática cultural y el consenso político. Se burlaban de la seriedad de la política y de su falso pathos, dándole la vuelta a sus verdades como arma punzante.

Cfr. el manifiesto de los intelectuales franceses contra la represión en Italia, en: *Indianer und P 38*, p. 134

En diferentes barrios (de Turín, por ejemplo), las amas de casa italianas practicaban ya desde hacía tiempo a nivel local las «autoriduzione», o sea, las autorreducciones decididas por cuenta propia de alquileres, facturas de teléfono, de gas y electricidad. Pero los Indiani Metropolitani ampliaron este abanico con la entrada libre a cines caros, el saqueo de tiendas con la intención de apropiarse del lujo y del consumo, y de la comida gratis en restaurantes céntricos (⊙ consume your masters). Otros aspectos de su cultura de lucha, por la que ganaron fama más allá de las fronteras de Italia, fueron los espectáculos espontáneos y las fiestas en la Piazza, sus ya mencionadas reivindicaciones absurdas, el descrédito de las autoridades mediante el medio estilístico de la glorificación degradante (⊙ deterioro de imagen), su poesía

Cfr. la obra de teatro de Dario Fo: *Non si paga, non si paga!*, Milán, 1974

Cuando en agosto de 1967 unas 15 activistas de los ⊙ *yippies* entraron en la bolsa de Wall Street, consiguieron montar un espectáculo que ya no necesitaba de ninguna explicación. Junto con algunos turistas subieron a la tribuna para el público y una vez arriba tiraron billetes de dinero a la gran sala de la bolsa: «La gran cinta perforada se paró y los agentes de bolsa lanzaron un grito de júbilo». El objetivo de los yippies era provocar un escenario que muestre a los agentes de bolsa de rodillas recogiendo ávidamente los dolares. Los yippies dicen: «Nuestro objetivo es seguir siendo un misterio. Teatro puro... Tirar dinero al suelo de la bolsa es pura información. No requiere ninguna explicación. Expresa mucho más que mil tratados y ensayos anticapitalistas».

Rubin, Jerry: *Do it!*, Milán, 1971, y Hoffman, Abbie *The best of Abbie Hoffman*, Nueva York, 1989

Kohtes, Martin M. *Guerilla Theater*, Tubinga, 1990, p. 188.

Si las formas del consumo gratuito pueden ser interpretadas como invitación a las clientas para que se burlen de forma espontánea y anárquica del orden y de las leyes de la sociedad de mercancías, otras acciones intentan romper la estética de la mercancía desvalorizando o inutilizando las mercancías. Una novela de Julio Cortázar cuenta de un grupo de activistas latinoamericanos, exiliados en París, que empezaron un día a sustituir las cajetillas de cigarrillos de un supermercado por otras que antes habían llenado con basura: «Si la gente ya no puede fiarse de las cosas

Cortázar, Julio *Libro de Manuel*, Madrid, 1981.

Lamaodada ...

día. Algo se estaba cociendo: los estudiantes se concentraban en la parte izquierda del patio. Entre ellos se encontraba un grupo de Indiani Metropolitani vestidos con disfraces llamativos con bordados, perlas y espejos, y blandiendo sus hachas de plástico al aire. A la derecha del patio se encontraban los hombres trajeados del sindicato del Partido Comunista. Una testigo cuenta: «Después de algunos juegos de palabra con «Lama» cantamos una melodía de «Jesus Christ Superstar», haciendo alusión al programa de ahorros del Gobierno que los comunistas apoyaban: «Lama Star / Lama Star / i sacrifici vogliamo far»

sin sentido y, en buena medida, sus maravillosas pintadas en paredes y graffitis (⊙ sniping). A este respecto, retoman aquellas ideas acerca del la comunicación subversiva que especulan —parecido a Radio Alice— con cortocircuitar los sistemas semióticos de las ciudades. Sus graffitis no respetaron ninguna regla. Las inscripciones espontáneas convirtieron la pared en un espacio público que no permite un discurso privilegiado. Todos los que sabían manejar un espray o un pincel, los que cubrían otras pintadas, las completaban o se inventaban unas nuevas, contribuyeron a la multiplicación de las voces. «FUAN», las siglas de una organización estudiantil neofascista, se transformó en «Va Fuan c.» en el sentido de «Va fa'n culo», o sea, «a tomar por el culo». Al lado alguien pintó una respuesta: «Vergogna, leggono anche i bambini» (¡Qué vergüenza! Esto lo leen también los niños), a lo cual se contestó con «Buoni, i bambini» («Indianer und P 38», pp. 34-66).

La ruptura con los buenos modales no se hizo visible sólo en las paredes. Pero, desde luego, donde los Indiani Metropolitani se mostraron insuperables fue en los happenings —como muestra, por ejemplo, de manera ilustrativa la acción contra el dirigente sindical comunista Luciano Lama en el campus de la Universidad de Roma en 1977—, en los que siempre lograron hacer saltar el imperativo moral de personas, situaciones y códigos institucionales («Indianer und P 38», pp. 80-83). ⊙

simples que compran, ya no creerán nada de lo que se les pueda explicar».

Los «Consumer Surrealisten» se dejaron inspirar por la práctica cotidiana de consumidores poco decididos que marcan sus caminos mediante la colocación arbitraria de cosas no compradas en otros sitios. A partir de ahí desarrollaron la práctica del desplazamiento de mercancías para crear acontecimientos estéticos. Queda, sin embargo, la pregunta de si esta práctica es percibida por las consumidoras. Lo más probable es que este método sirva, sobre todo, para curar las varices y desarrollar los callos de los empleados que de esta manera tienen que dedicar una buena parte de su jornada a la recolocación de estos objetos. Para que la compra se convierta realmente en un acontecimiento, hay que elaborar un transformación sutil de la oferta de mercancías. Cuando de repente se descubren unas piernecitas de plástico en los pollos congelados, cuando un bistec te mira con una sonrisa pérfida, o cuando el mostrador de pescado se encuentra decorado con pequeños trocitos de espaguetis cocidos, como si de gusanos se tratara, entonces sí que acontece algo. La sorpresa de encontrar una cucaracha entre los paquetes de arroz de Uncle Ben o un pepino «sexo seguro» con un preservativo, hace que la compra se convierta en un suceso inolvidable. Con estas acciones se trata también de mostrar que, en la compra, el producto real queda relegado a un segundo plano, detrás de las imágenes

Lamaodada .

(Lama star, nos queremos sacrificar). Bailamos en círculo alrededor de Lama, paseando un muñeco delante de sus ojos. Al final, el servicio de orden ya no aguantó más y se produjo un gran alboroto durante el cual nosotros tiramos globos de agua y los rociamos con extintores. Pero luego dejamos que se escaparan y no les arrancamos la cabellera. Y lo más importante: naturalmente no subimos a sus coches de megafonía para hablar, puesto que no queríamos su lugar de hacer política, con su correspondiente lenguaje, ni regalados».

asociadas a él por medio de la publicidad. El objetivo es romper esta cadena de asociaciones y abrir nuevas miradas sobre las mercancías.

Las acciones de grupos guerrilleros latinoamericanos señalan, sin embargo, que la crítica al consumo de unos pocos conlleva siempre el derecho de los muchos a cubrir las necesidades mínimas. Ahí no se trata del consumo, sino de la satisfacción de las más fundamentales necesidades vitales. En este contexto se deberían mencionar los «secuestros» de entregas de alimentos con los cuales varios grupos guerrilleros abastecían los barrios pobres de ciudades latinoamericanas. El MRTA Tupac Amaru pedía alimentos, con este mismo objetivo, como rescate de secuestros.

En relación con la guerra del Vietnam, diversas acciones militantes expresaron una crítica de la conciencia de los ciudadanos de las metrópolis que, a pesar de las guerras imperialistas, ponían su único interés en la pacificación de sus propias ansias de comprar. Un intento drástico en esta dirección fue el incendio de unos grandes almacenes provocado por Gudrun Ensslin, Andreas Baader y otros. Querían demostrar que el ataque al consumo simbolizado por el incendio del negocio causaría más rabia e indignación que el incendio de miles de pueblos en Vietnam. Queda, no obstante, la cuestión de si el mensaje moralizante de los incendiarios: «Allá se está muriendo la gente, y tú vas de compras» realmente logró «llegar» así a la conciencia de la gente. La contradicción entre la indignación sobre la imagen de los grandes almacenes en llamas y la indiferencia frente a las masacres en Vietnam había sido denunciada ya anteriormente por la ○ *Kommune 1* con la octavilla irónica «Burn, warehouse, burn!» y luego convertida hábilmente en un tema mediático a raíz de las posteriores consecuencias jurídicas.

La mayoría de las acciones de la guerrilla del consumo en las metrópolis compaginan formas de la guerrilla de la comunicación con actos de sabotaje. No quieren defender una ética de la renuncia y apelar conjuntamente con los políticos a apretarse el cinturón. Sus acciones se dirigen más bien contra las reglas de juego del consumo como rueda importante en el engranaje capitalista. A menudo se trata de acciones que invitan a la participación de las compradoras con una oferta inmoral: transgrede las reglas del consumo, sé anárquica, coge lo que te guste y no lo que puedas pagar. Los yippies llamaban a esto «Do it!» (¡Hazlo!).

SAINSBURY'S
(PECKHAM BRANCH)
FREE SHOPPING!
OWING TO THE GREAT SUCCESS OF OUR NEW STORE, WE HAVE DECIDED TO HOLD A FREE SHOPPING DAY
THIS FRIDAY!
BRING THE FAMILY
NO MONEY NEEDED
OFFER LIMITED TO ONE TROLLEY PER PERSON ONLY
GOOD FOOD COSTS LESS AT SAINSBURY'S

¿Qué tiene de subversivo el crossdressing? Eso no lo sabe nadie excepto su peluquero.

Hombres que representan a mujeres tienen, desde hace tiempo, su lugar fijo en los escenarios y en días señalados. En este juego, todo el mundo sabe que la Mary que ofrece, vestida con un vestido resplandeciente, una mermelada o un producto lácteo en una publicidad es en realidad un hombre. Las bellas de un espectáculo travesti tampoco dejan lugar a dudas acerca de su sexo; todos están seguros de que los senos no son auténticos y de que el vestido muy ajustado no muestra ninguna hinchazón en el debido lugar porque lo impide un slip fuertemente ajustado. Mientras que todo eso tiene lugar en un teatro, cabaret o club ante un público heterosexual, el hecho de que el actor probablemente sea homosexual, se encontrará seguramente exótico y de esta manera quedará bien guardado en el campo de lo «otro». La identidad del espectador no se verá cuestionada y es muy posible que el mismo espectador que la noche anterior se dejaba acariciar la barba por una de las drag queens, dentro del marco ritualizado de una performance, intente fastidiar al día siguiente a su compañero de trabajo homosexual.

Y menos aún se atacan las ideas tradicionales de sexo cuando los tíos del club de fútbol representan, con ocasión de la fiesta del club, un número de ballet disfrazados con vestiditos blancos o cuando en carnavales toman prestado el sujetador a su compañera/madre/esposa y lo llenan con ovillos de lana. Todo eso sólo es divertido porque todos saben que los actores saldrán después de su disfraz aún más seguros de su virilidad. En realidad parecen cómicos disfrazados de mujeres, sobre todo porque el cliché de los comportamientos considerados tradicionalmente como femeninos es cómico, por ejemplo, las voces aflautadas, los pasitos cortos como gallinas asustadas y los movimientos exaltados.

Los hombres vestidos de mujeres gozan también de mucha popularidad en el cine. Al final, sin embargo, el juego de disfraces se disuelve en favor de la normalidad heterosexual, por ejemplo, en la película «Tootsie». La supuesta mujer conquista, una vez descubierta su condición masculina, el corazón de la amada. Una excepción de la regla es la película «Some like it hot» («Con faldas y a lo loco») de Billy Wilder: cuando el millonario descubre el verdadero sexo de su amada, él le dice que no le importa, que la sigue queriendo igual, y juntos se alejanen en barco por el mar...

Mientras se pueda atribuir claramente el lugar que le toca a cada uno y dónde empieza y dónde acaba todo, la inversión de roles de género conduce más bien a confirmar los estereotipos mediante la exageración que a provocar rupturas, confusiones realmente inquietantes o persistentes.

Más confuso se vuelve todo esto cuando se trata de la prostitución. En este ámbito no sólo se encuentra exclusivamente a hombres en búsqueda de la sensación excitante del

Los sueños de Teen Talk Barbie y GI-Joe

En 1993, como cada año, la empresa de juguetes Mattel volvió a invadir en Navidades el mercado estadounidense con sus muñecas Barbie así como su correspondiente pareja, el marcial GI-Joe con traje de camuflaje. Esta vez las muñecas incluso podían hablar. Teen Talk Barbie canturreaba: «I want to go shopping» (quiero ir de compras), y GI-Joe gruñía: «Dead men tell no lies» (los hombres muertos no dicen mentiras) y «Fire! Fire! Fire!» (¡fuego!). En Navidades, sin embargo, hubo una buena sorpresa. En numerosos programas de EEUU se pudieron ver los vídeos reivindicándola. La Barbie Liberation Organization (BLO)

amor comprable de los transvestidos. Están también las drag queens, que quieren atraer a hombres heterosexuales que las toman por mujeres. Esta zona gris del tabú moral es el campo que representa también para los puteros «lo otro», lo secreto y prohibido en la vida normal. Y cuando en estas situaciones se producen confusiones, se quedarán como experiencias separadas de la vida cotidiana, por lo que tampoco conllevan una ampliación de los procesos de reconocimiento acerca del sexo.

La utilización de modelos de comportamiento y de vestir del otro sexo se ha convertido sobre todo en los contextos gay-lésbicos en un medio de expresión muy importante. El juego con los estereotipos, no como espectáculo teatral, sino como práctica cotidiana, va aquí mucho más lejos. De hecho se pueden observar formas de autorrepresentación que rompen el orden de comportamientos de los sexos basados en la obligada heterosexualidad, los combinan de forma nueva y los conducen a otros contextos.

Frequent Asked Questions - What is Crossdressing? http://www.compu.net/ts/resource/faqs/cdressfaq.html

«Boys will be girls and girls will be boys» (chicos que quieren ser chicas y chicas que quieren ser chicos). Si no es la biología la que adjudica a las mujeres una vida de mujeres y a los hombres una vida de hombres, si la categoría social de género realmente «sólo» existe en la ○ *gramática cultural*, entonces cualquiera podría elegir su género según le dé la gana, según su humor o sus consideraciones tácticas.

Pero el género es más que una adjudicación que una puede cambiar como y cuando le venga en gusto. Es un principio esencial de ordenación de la sociedad, impuesto, siempre de nuevo, por el poder. La división del trabajo según el género, el transcurso de las biografías, la producción de y la autoubicación en identidades, competencias y responsabilidades, la conquista de poder y su pérdida, están en gran medida preestructuradas por el género. La importancia de este principio de ordenación se puede comprobar por los esfuerzos que se invierten en reinstaurarlo machaconamente una y otra vez en los ámbitos más diversos de la sociedad. El sistema de impuestos funciona en favor de la familia nuclear y castiga a los que no siguen este modelo. Cada boda representa, de manera más o menos manifiesta y a pesar de eventuales divergencias o rupturas a otros niveles, una articulación de relaciones de sexos; cada matrimonio entra en la cadena infinita de la representación del sexo. Como el sexo es, precisamente, un principio central de ordenación de la mayoría de las actuales sociedades, se presta como espacio de intervención para la guerrilla de la comunicación.

Existen muchas posibilidades de intervenir en el sistema de las relaciones de género: en la división del trabajo, en la planificación de carreras profesionales y el cuidado de los hijos, en la orientación sexual, en cambios de características sexuales terciarias como, por

Los sueños de Teen Talk Barbie y GI-Joe ...

anunció que una facción de las muñecas quería protestar contra las frases que se les habían impuesto. Por esta razón se habían introducido un total de 300 Barbies y GI-Joes con módulos de textos cambiados en tiendas de todos los Estados Unidos. La meta perseguida era crear conciencia sobre la educación sexista de las niñas y los niños que la BLO consideraba un acto de terrorismo. Los media se abalanzaron en seguida sobre el tema, lo difundieron en las noticias e incluso buscaron a niños que hubiesen comprado por error una de estas Barbies manipuladas. La nueva versión de Barbie apareció incluso en la famosa serie de

ejemplo, los vestidos y el lenguaje corporal.

Formas menos radicales del «crossdressing» han entrado ya hace tiempo en la cotidianidad de la moda: desde los años 20, las mujeres han ido conquistando para sí una serie de vestimentas definidas como masculinas. Hoy día, una mujer puede destacar su atractivo sexual cara al otro sexo precisamente con el contraste entre vestidos de hombre y accesorios femeninos como el pintalabios, el peinado o los gestos. Marlene Dietrich sigue siendo una mujer; más aún, su irradiación erótica es femenina justamente por el contraste de llevar pantalones de hombre. En la moda masculina puede constatarse también un incremento de colores pastel, de melenas largas y cuidadas, de perfumes y artículos de joyería. ¿Pero por qué todavía no se han apropiado de las faldas y los vestidos?

Independientemente de todas las cuestiones teóricas, puede afirmarse que aquellas personas cuyas prácticas sexuales no se corresponden con las convenciones hegemónicas de la heterosexualidad forzada siguen sufriendo discriminaciones y medidas represivas. No por nada son precisamente los gays y las lesbianas los que a menudo están expuestos a ataques fascistas. Tanto la división del trabajo según el género, con sus consecuencias jerarquizantes, como la proscripción social de personas que se sustraen a la atribución definida como normal demuestran claramente que la pertenencia a un género forma parte constituyente de la gramática cultural y no es en absoluto un asunto privado, sino una categoría política esencial para el funcionamiento de nuestra sociedad. La heterosexualidad con todas sus consecuencias, como la familia nuclear, la división del trabajo según el género y el sexismo representa una estructura fundamental para la estabilidad de la situación actual. Esta situación, sin embargo, ha sido cuestionada hasta el presente casi exclusivamente en el marco del movimiento gay y lesbiano, de las «queer politics» (política de los homosexuales), aunque el crossdressing, entendido como acto político, tampoco ha sido aceptado por todos. En las manifestaciones del «Christopher-Street-Day» o en el «queer theater», el crossdressing constituye uno de los métodos fundamentales para el juego de cuestionar los estereotipos sexuales. No obstante, cuando en las elecciones a la alcaldía de Chicago, en 1991, se presentó por primera vez un candidato de la «Queer Nation», la confusión no se apoderó solamente de los heterosexuales. Y es que Joan Jett Black no se presentó como «hombre» ala carrera electoral, ni tampoco anunció con el semblante arrebatado la lucha implacable contra la opresión de los homosexuales, sino que era una drag queen que se presentaba a las electoras. Su consigna electoral «Putting camp into the campaign» fue incluso ignorada por la mayoría de las revistas gays. («Camp» es una palabra que designa una forma especial de apropiación de lo estridente, transgresor y hortera, importante sobre todo en el mundo de los gays.) Muchos opinaban que la consigna era demasiado alocada y exaltada, y

Los sueños de Teen Talk Barbie y GI-Joe .

dibujos animados «La familia Simpson». La empresa Mattel lo desmintió: ellos no habían recibido ninguna reclamación. La explicación para este hecho era muy simple: las niñas que habían recibido una de esta muñecas transgresoras de los roles de género no querían renunciar a esta pieza original, puesto que un GI-Joe al que le gusta ir al colegio y una Barbie que no tiene piedad con el enemigo son mucho más interesantes que la aburrida versión original.



que desacreditaba los objetivos y las reivindicaciones serias de los gays y las lesbianas.

También es interesante que haya muchos más «hombres» que «mujeres» que practican el crossdressing. Eso se explica quizás por el hecho de que la sexualidad de las mujeres sea más evidente en el discurso general y dominante de los géneros, mientras que a los hombres se les considera más como «hombres» (en el sentido de representantes de los seres humanos, hecho que queda bien manifiesto en el castellano, ya que ni siguiera existe una palabra especial para el conjunto de »hombres y mujeres». Sólo existe «el hombre»). Un hombre puede representar una mujer añadiendo a su atuendo normal simplemente algunos atributos, como por ejemplo pintarse los labios, ponerse una falda o mover las caderas de manera «femenina». Para las mujeres, en cambio, eso no es tan fácil, también porque los vestidos de hombre ya no constituyen un tabú para ellas. Cuando abandonan las típicas formas «femeninas» de autorrepresentación y adoptan formas «masculinas» de vestir y de comportamiento, no crean la imagen de un hombre, sino de una mujer poco atractiva, puesto que el único signo claro para la pertenencia al género masculino es la barba. Por esta razón resulta mucho más difícil para las mujeres parecerse a un hombre con manifiesta sexualidad masculina que a una mujer sin sexo, cuando quieren romper con las normas tradicionales de vestir y de comportamiento.

A pesar de estas dificultades, el crossdressing se muestra como práctica importante en la cotidianidad de la guerrilla de la comunicación, puesto que cuestiona de modo radical ideas estereotipadas y subconscientes no sólo para el público, sino también para aquellos que se atreven a entrar en este juego.



Textual poachers

Cazadores furtivos en la vorágine de textos

James T. Kirk (T. como «Tomcat»), el capitán del Enterprise, el hombre de todos los hombres, el capitán más joven de todos los tiempos de una flota galáctica, se ve confrontado con un problema excepcional de orientación sexual y de solidaridad humana: Kirk y Spock han naufragado en un planeta desértico y Spock enferma de «pon farr», una fiebre de emparejamiento de carácter ansioso y mortal.

Si no es capaz de proporcionarle alivio sexual su muerte es inevitable. Poco a poco y a pesar de que le repugna la idea, se da cuenta de que la única posibilidad de salvar a su amigo consiste en prestársele como pareja sexual. Cuando se pone en acción, se dice a sí mismo: «Nadie te obliga a disfrutarlo». Pero la solución del problema no es tan fácil. Enfadado de que Kirk pretenda vulnerar su intimidad, Spock se resiste primero, hasta que acaba por dejarse llevar por sus razonamientos, su deseo y su placer. «Le atravesó una sensación de alivio, y Kirk se detuvo un momento cogiendo a Spock en sus manos. No se atrevió a mirarlo, pero sin mediar palabra los dos sabían que funcionaría». Spock sobrevive, Kirk lo soporta (¿o había sido algo más que sólo soportable?), y los dos vuelven a la nave Enterprise. Los días siguientes, Kirk se siente vejado por fantasías sexuales y Spock encuentra una expresión más espontánea de sus sentimientos a través del análisis del esperma de Kirk («Es fascinante, capitán»).

Jenkins, Henry: *Textual Poachers*, Nueva York, Londres, 1992.

Las primeras y aún muy cautas historias «slash», es dedir, descripciones de sentimientos homoeróticos y de «coming outs» (debuts) de héroes supermasculinos de series de TV se hicieron a principios de los años 70, cuando los fans empezaron a sospechar que los sentimientos que Kirk y Spock tenían el uno por el otro eran más fuertes que los que sentían por las diferentes mujeres que cruzaban sus caminos en los episodios originales. Estos fans escribían textos propios al estilo de «Star Trek» en los cuales describían situaciones de crisis existenciales que conducían a la «primera vez». Los «slashes» se producían en el contexto de una amplia cultura de fans que se desarrolló ya en los años 70 en EEUU, y en el marco de la cual se fundaron muchos clubs y fanzines propios. La opinión pública de Estados Unidos tilda a los fans de «freaks» del consumo y descerebrados que compran todo lo que lleva la etiqueta de su programa preferido, o de criaturas emocional e intelecutalmente inmaduras que no saben distinguir entre realidad y ficción.

Rushkoff, Douglas: *Media Virus. Die geheimen Verführungen in der Multi-Media-Welt*, Frankfurt, 1995.

Una posición opuesta a la versión de los abúlicos drogadictos de la tele afirma que en las series de televisión, sus historias y figuras subyace un inmenso potencial subversivo que ha causado un profundo cambio en la visión del mundo y la recepción de la producción de sentido de los medios de





comunicación en EEUU. No obstante se debería tratar con cautela esta visión tan eufórica. Una tercera versión parte de la idea de que los efectos de una serie televisiva dependen del trato que sus receptoras le den: «Los conocimientos y símbolos predeterminados son utilizados y manipulados por los usuarios que no los han hecho. El lenguaje creado por una clase social tiene la capacidad de extenderse en su entorno, hasta los "desiertos" sobre los cuales, aparentemente, todavía no existen interpretaciones comparables; pero por este camino caerá en la trampa de su propia apropiación, es decir, que se verá asimilado por una vorágine de procedimientos invisible para el ocupante justamente por su condición de vencedor». Pues los sujetos no se constituyen como inidividuos cerrados, sino que sus experiencias fragmentadas y diferentes les abren el acceso a toda una serie de diversos códigos y campos de significación semiológicos. Eso explica no sólo cómo se constituyen las diferentes lecturas del entorno, es decir, en nuestro contexto, de las series televisivas, sino también de las diferentes maneras de recepción que sufren estas nuevas interpretaciones a través de otras lectoras. Los «textual poachers» delante de la tele no leen el texto principal, tendencialmente heterosexual o asexual, sino el subtexto homoerótico, y a partir de aquí elaboran nuevas narraciones.

De Certeau, Michel: *Arts de faire*, Paris, 1990

Los primeros slashes toparon con una fuerte resistencia dentro de la cultura de los fans y fueron tildados de «character rape» sin calidad, es decir, de violación de las necesidades de los fans de identificarse con sus ídolos. Esta discusión ha perdurado hasta hoy y es señal de que los textual poachers atacan con sus trabajos creativos un punto neurálgico y ejercen un efecto persistente en la cultura de los fans y en los conceptos de identidad. Mientras que las pequeñas astucias y prácticas cotidianas de la reutilización son difíciles de percibir, con los textual poachers se ha desarrollado una cultura manifestamente palpable de la tergiversación y manipulación de los carácteres y temas de series televisivas. Son sobre todo mujeres las que escriben y leen slashes. Manipulan imágenes del cuerpo con connotaciones femeninas y conceptos sexuales, y encuentran en el distanciamiento por medio del género en la literatura trivial así como en la utilización de protagonistas masculinos un lenguaje para sus ideas y fantasías eróticas. El potencial utópico de estos textos pornográficos reside en el hecho de que se superen aquí las típicas descripciones reaccionarias y sexistas de los productos tradicionales de este género literario. En vez de sexo duro se encuentran como elementos centrales de la descripción erótica la reciprocidad, la sensibilidad y el cariño, tal como muestra una secuencia de los polis de la serie «Strasky y Hutch», en la que disfrutan en una escena íntima de los agradables sentimientos del «después»: «Brazos suaves y sedosos le rodeaban. Hutch abrió

Desalojan al President Pujol

El 28 de octubre de 1998, una brigadilla del movimiento okupa procedió a un desalojo simbólico de la residencia de vacaciones del presidente de la Generalitat, Jordi Pujol, en Queralbs. Se tapió la puerta de entrada para que el «presi» conociera las mieles de verse echado de su propia casa y con la puerta precintada. El derribo que suele seguir en estos casos al desalojo, se dejó para mejor ocasión. Tuvo suerte, el «presi», por esta vez...

Existen una serie de grupos en Estados Unidos, sobre todo en California, que practican mediante sus «pranks» (travesuras) una forma de guerrilla de la comunicación. La Barbie Liberation Organization (BLO), por ejemplo, realizó una acción de sustitución (reverse shoplifting) que tuvo mucha repercusión en los medios de comunicación. La acción consistía en sustituir los módulos de habla de las muñecas Teen Talk Barbies y los muñecos GI Jones para crear confusión en los juguetes respecto a los roles sexuales.

http://www.reed.edu/~cosmo/art/BLO/BLO.html

El Institute of Sociometry, con sede en San Diego, no sólo reparte carnets oficiales a sus miembros y organiza encuentros de sociometría, dispuso también la colocación de letreros de aviso en las autovías cercanas a la frontera con México. Al contrario que la policía de fronteras, que advierte contra los inmigrantes ilegales que pueden cruzar repentinamente la calzada, el Institute of Sociometry advierte en sus letreros, además, contra la policía de fronteras que los persigue. Asimismo divulga el Institute of Sociometry Report – by and for members (informe hecho por y para los miembros), en cuyo primer número también se encuentran «los procedimientos oficiales de trabajo de la BLO». Según su propia definición, la «sociometry» es el análisis cuantitativo de los individuos y sus relaciones con los grupos. El instituto subraya al mismo tiempo que todo eso no tiene nada que ver con

Try the "Institute" on line at http://iguaserv1.ucsd.ed/~pbergman/pete.html

los ojos y miró la luz del sol que el agua reflejaba. Sentía un calor agradable a su lado y debajo de él,... Se besaron antes de pronunciar la primera palabra».

Historias homoeróticas sobre los ídolos de series rompen la norma del héroe heterosexual e inventan contraimágenes de las formas más represivas de la identidad sexual. Con sus ideas acerca de alternativas a la actual relación de sexos constituyen una forma de enfrentamiento tan placentero como provocativo con las ideas del cuerpo y las atribuciones de roles.

No se puede saber nunca la manera en que estas reutilizaciones y apropiaciones son interpretadas a su vez por los que se ven confrontados con ellas. Pero sí es posible describir la normalidad, el discurso hegemónico. Y si éste puede ser roto mediante tales intervenciones interpretativas y transformadoras, se crea un espacio para interpretaciones disidentes y el cuestionamiento de esta misma normalidad.

Desalojan al President Pujol



matemáticas o ciencias, sino que se trata ante todo de una «guerilla sociometry».

El Center for the Land Use Interpretation (CLUI) (Centro para la Interpretación del Uso del Territorio) de Los Ángeles es también una organización de investigación «sin ánimo de lucro». En su «interpretación del uso del territorio», el CLUI centra su interés en lugares bien determinados. En 1996, por ejemplo, el centro levantó un monumento en el punto de Nuevo México donde en 1957 un bombardero B-36 perdió una bomba de hidrógeno. Un lugar igual de importante es la base de laboratorios y ensayos en el desierto de Utah, donde se desarrollan y se hacen ensayos con armas biológicas y químicas (United States Army Dugway Proving Ground): «Uno de los complejos militares más destacados de Estados Unidos». Para otorgar a estos lugares su bien merecida atención, el CLUI coloca anuncios con fotografías que avisan a los viajeros del especial atractivo fotográfico de dichos sitios. El CLUI publica además una guía ilustrada con el título de The Nevada Test Site: A Guide to Americas Nuclear Proving Ground (El territorio de ensayos de Nevada: una guía por los lugares de pruebas nucleares de Norteamérica). Asimismo ofrece una minicámara turística con la cual el observador puede emprender un «Nevada Test Site Tour» (una ruta por el territorio de ensayos de Nevada) desde el lugar seguro de su casa. También se puede adquirir una camiseta con el emblema creado por ellos para esta campaña: «Be a walking PhotoSpot» (sé un anuncio fotográfico andante).

http://clui.zone.org/clui.html

El happening y el teatro invisible
Un uso diferente del espacio público

El teatro invisible y el happening son formas de intervención política que hacen del espacio público un escenario totalmente diferente. Ambos se sirven de elementos teatrales. Pero mientras que el teatro invisible realiza sus puestas en escena normalmente de forma disimulada, en el happening se emplean abiertamente préstamos del ámbito teatral (máscaras, escenarios, accesorios, etc.). Las dos formas se basan en tomar la iniciativa en el espacio público y utilizar las posibilidades de actuación que allí se les ofrecen.

Happening: ¡La revolución es el teatro de calle!

En los años 60, los happenings se hicieron famosos en cuanto acciones políticas de masas que desacreditaban los rituales de manifestación rígidos y totalmente organizados de los grandes partidos. La ruptura con las estructuras sociales encontró en los happenings su forma de acción política adecuada. La ○ *Internacional Situacionista*, la ○ *acción subversiva* y los ○ ***yippies*** practicaron múltiples formas de happening como intervención simbólica, acción perturbadora, sentadas, bloqueos, etc. En estas intervenciones se puede observar un cambio continuo de un activismo meramente simbólico, al principio, hacia conceptos en los que aparecen las relaciones reales de forma quebrada o ligeramente transformada. En los años 70, los happenings pervivían sobre todo en el entorno de la Autonomía italiana (○ ***Indiani Metropolitani***) y después como «Spaßguerilla» (guerrilla divertida) en el contexto del movimiento social del 81 en Berlín.

Desde sus principios, el happening está estrechamente emparentado con los más diversos activismos artísticos y con las formas de teatro experimental. En el centro de sus planteamientos se encontraba la idea de una transgresión de las condiciones existentes. Pero si en los ámbitos artísticos y teatrales esta transgresión a menudo ha sido percibida en un sentido existencialista o metafísico (Bataille, Artaud, Beuys, Nitsch), en el happening político se trata de una transgresión de las normas sociales y de los discursos hegemónicos mediante una acción concreta, es decir, de hacer lo que estaba prohibido hacer. De este modo, los happenings articulan además siempre una crítica a las ideas de la burguesía ilustrada acerca de la opinión pública y del supuesto intercambio libre entre individuos supuestamente libres. A esto oponen la agitación directa y la confrontación, el enfrentamiento provocador e ingenioso a favor de un espacio público como lugar donde puedan manifestarse los conflictos sociales. Los happenings ofrecen durante un instante la posibilidad de superar el tradicional reparto de los papeles de actores y espectadores, los rituales de hablar y escuchar, de actuar y permanecer pasivo. Trastornan por un momento la ○ *gramática cultural* del espacio público,

Okupación gandhiana (Valencia, 30-1-00)

Tres "gandhis" del Moviment d'Objecció de Consciència (MOC), apoyados por unas 30 personas, se introdujeron en el cuartel de San Juan de Valencia y procedieron a clausurar el recinto, precintando la puerta y garitas, cañones, etc., con cinta de embalar. La sorpresa y pasividad de la guardia, que les había permitido incluso colgar una pancarta en la fachada con el lema «Insumisión en los cuarteles», se terminó cuando los tres antimilitaristas se disponían a precintar el mastil de la bandera. La policía interrumpió a los 15 minutos la posterior merienda en los jardines del cuartel y detuvo a un insumiso-desertor presente en la acción.

La historia de la Cacophony Society (Sociedad de Cacofonía) empezó en San Francisco con un concurso de ○ lanzamiento de pasteles. Luego se transformó en el Club de Suicidas, hasta adoptar en 1986 el nombre de San Francisco Cacophony Society. Existen más «delegaciones locales» en Los Ángeles, Portland y Seattle. La Cacophony Society cuenta con unos 600 «merry pranksters» (pranksters felices) y no dispone de una organización rígida. Realizan todo tipo de acciones, con especial dedicación, quizás, a los ○ happenings y al ○ teatro invisible. La Cacophony Society se entiende a sí misma como un movimiento underground, sin vinculaciones políticas, sin estructuras ni reglas fijas y sin presidente, y como «often nonsensical» (a menudo sin sentido). Editan con regularidad en Los Ángeles boletines de información. La Cacophony Society ○ inventa organizaciones, ○ fakea acontecimientos y realiza fiestas ilegales como happenings. Los mensajes políticos explícitos le son ajenos. La vocación por el sinsentido y el caos («Support the powers of chaos in your community» = apoya los poderes del caos en tu comunidad) domina la mayoría de sus acciones. Y su última «helter skelter-party» (fiesta caótica) con las últimas películas de Charles Manson fue realmente muy buena. ⊙

Tales from the Zone. Calendar of the Los Angeles Cacophony Society – http://www.alumni.caltech.edu/~reynard/la_caco/la_caco.html, y en San Francisco: The Rough Draft – http://www.zpub.com/caco/

Okupación gandhiana .



Kommune 1

Kommune 2 y rebeldes del hachís

Jueves, 6 de abril de 1967. El diario Bild de Axel Cäsar Springer grita a sus lectoras en grandes titulares: «Planeado – Berlín: Atentado con bomba al vicepresidente de Estados Unidos». El día antes del supuesto «atentado», los maderos descubrieron un «taller del terror», donde intervinieron una extraña sustancia pegajosa y gelatinosa. Los químicos de la pasma necesitaron tres días enteros para descubrir de qué materia especial era el «material explosivo» intervenido. Fritz Teufel, Rainer Langhans y compañía —todos ellos miembros de la Kommune 1 (K 1), centro de espanto de los buenos ciudadanos— habían cocido diez kilos de polvos para flan, colorantes y harina para producir las bombas de calorías más dulces desde que existen presidentes. Pero nadie les agradeció este amable homenaje al vicepresidente Hubert H. Humphrey, quien había declarado en público que el flan era su postre preferido. Fueron acusados de «haberse reunido con fines conspiradores». Se escribió mucho sobre el «atentado del flan» en la prensa de todos los países; pues hasta entonces la producción de postres nunca había sido considerada terrorismo. Aunque esta iniciativa al final resultó ser un comienzo fallido, sus iniciadores marcaron durante mucho tiempo la imagen pública del movimiento antiautoritario.

Langhans, Rainer/Teufel, Fritz: *Klau mich*, Frankfurt/Berlín, 1968. Cfr. tamb. entrevista con Dieter Kunzelmann en: Dreßen, Wolfgang y otros (ed.): *Nilpferd des höllischen Urwalds*, Berlín 1991, pp. 202 ss.

Como «comité provisional para la preparación de la autoorganización estudiantil», la K 1 reventó — provistos de chapas de Mao— una asamblea de 6.000 estudiantes del ASTA (parlamento estudiantil) de la Universidad Libre de Berlín. Distribuyeron una «octavilla acerca de la idiotez de los especialistas», invitando a los asistentes a dejar la universidad, ponerse a trabajar y a comprar con el sueldo una casa para convertirla en comuna, donde practicar el amor libre y organizar cursos para la formación de un partido. El objetivo sería formar ⊙ provos que se desplegarían por toda la sociedad e iniciarían acciones pertubadoras para poner en marcha la rueda motriz de la revolución. Motivado por el deseo de un cambio radical, el movimiento antiautoritario —la K 1 era uno de sus productos—quería sacudir los cimientos petrificados de la sociedad. Cobró su potencial revolucionario al considerar que lo individual y lo social eran igual de importantes a nivel político y que, por tanto, no podían ser contemplados por separado. La transformación propia no debería ser vista como un asunto personal, como hasta entonces, sino como aportación a un cambio radical de la sociedad.

Durante algún tiempo los futuros miembros de la comuna (Fritz Teufel, Rainer Langhans, Dieter Kunzelmann, Uschi Obermaier, etc.) encontraron cobijo en el piso berlinés del escritor Uwe Johnson. Proclamaron la revolución de la vida cotidiana: la familia nuclear burguesa debía ser reemplazada por el colectivo. La opinión pública se fijó, sobre todo, en su llamamiento a la promiscuidad. Pronto las acciones de la K 1 consiguieron fama internacional, y más cuanto que en otros países existían grupos con ideas políticas parecidas. En

»Quien se acuesta dos veces con la misma (sic) es ya parte del sistema.»

posibilitando de este modo una forma más divertida de enfrentarse con el poder.

Los grandes análisis políticos son para el happening menos importantes que las referencias y los puntos de contacto regionales (desde el happening artístico de los años 60 en Ulm que juega con el trabalenguas «In Ulm, um Ulm und um Ulm herum» [En Ulm, por Ulm y en torno a Ulm]), hasta las acciones del ⊙ *KPD/RZ en los años 90*). El fin de estas acciones es la apropiación o la defensa de determinados espacios públicos (barrio, universidad, casas okupadas, etc.) o medios de comunicación (por ejemplo, ⊙ *Radio Alice*) sin caer en la trampa de copiar formas autoritarias y burocráticas. Se intenta afirmar lugares subversivos dentro del espacio «urbanizado» alienado. Al contrario que el teatro de agitación, del «agit-prop», los happenings no pretenden transmitir un mensaje claro y conciso. La diferencia entre un texto argumentativo claro, que pretende convencer a los demás, y el actuar-hablar indirecto y basado en la experiencia de los happenings se puede mostrar claramente con el ejemplo de los ⊙ *lanzadores de pasteles* del entorno de los yippies. La diferencia entre tomates o huevos podridos tirados a la cabeza de algún político y de una tarta de fresas con nata bien emplazada en medio de la cara del atacado resulta evidente: los tomates y huevos son críticos, las tartas son cómicas. Estas últimas, sin embargo, despliegan su potencial político-subversivo sólo en determinados contextos con sus correspondientes objetivos.

¿Pero quién o qué define que el happening ha sido un éxito? ¿La publicidad que ha alcanzado? ¿El número de personas que han participado en él? ¿U otros efectos conseguidos? Como en la mayoría de los casos no se puede hablar de resultados «medibles», el «valor» político de tales acciones es a menudo controvertido. Pero los happenings son política simbólica y sería erróneo medirlos por sus consecuencias reales, puesto que no buscan «resultados contabilizables». Sus efectos se muestran más bien a otros niveles. Se sirven de un espacio o de una situación politizada y los transforman con la ayuda de diversas técnicas de guerrilla de la comunicación.

La cuestión de si las acciones simbólicas tienen sentido o si sirven exclusivamente para la autoescenificación depende del contexto, es decir, de las circunstancias en las que se realizan, o bien de la propia producción de autoescenificación. El ejemplo de los yippies de Estados Unidos, que –siguiendo la teoría de Marshall McLuhan– prefieren operar en y con los medios de comunicación en vez de recurrir a los mensajes con contenido, demuestra lo bien que pueden funcionar los comportamientos ambivalentes. Ellos llegaron incluso a negar efectividad al conocimiento cognitivo y a la transmisión de información lingüística. Cuando en el año 1967 se propusieron hacer levitar el Pentágono, lo que pusieron en marcha fue una «revolución de las cabezas» con guarnición psicodélico-espiritual que pretendía aclarar de paso

«Burn, warehouse, burn!» o de cómo la K 1 inventó un incendio intencionado

El 24 de mayo de 1967, la Comuna 1 publicó una octavilla («Ensayo de una nueva forma de manifestación en Bruselas»). Declaraban a posteriori que un incendio en los grandes almacenes À l'Innovation, en Bruselas, que costó la vida a 300 personas, había sido el resultado de un «maxihappening» contra la guerra de Vietnam; inventaban un motivo político y afirmaban que el incendio fue intencionado. Decían: «Nuestros amigos belgas consiguieron su objetivo de hacer participar a la gente en el divertido juego de Vietnam: pegan fuego a unos grandes almacenes, trescientos ciudadanos saturados terminan su

«Burn, warehouse, burn!» ...

excitante vida y Bruselas se convierte en Hanoi». La policía belga callaba —según la octavilla— la verdadera causa del incendio para evitar que alguien imitara este acto. En otra octavilla («¿Por qué ardes, consumidor?») se decía: «Unos grandes almacenes en llamas con gente ardiendo transmite por primera vez en una metrópoli europea la sensación crepitante de Vietnam (de estar allá y de quemarse con los vietnamitas), una sensación que todavía echamos de menos en Berlín. [...]Nosotros, que estamos abiertos a todo lo nuevo, no podemos dejar de expresar nuestra admiración —siempre que no se sobrepase la justa

el entorno de los ○ yippies de Estados Unidos se publicó, por ejemplo, un libro con un título casi idéntico al conocido Klau mich (róbame) de Teufel/Langhans (Abbie Hofman: Steal this book). Coincidieron también en la elección de sus medios; en los dos grupos predominaba la provocación mediante ○ happenings políticos agresivos. En los happenings participaban normalmente centenares de manifestantes disfrazados con mucha imaginación. Un día, el Ejército de Salvación se encontró en apuros cuando estaban cantando su serenata en la calle Kurfürstendamm de Berlín, ya que la policía los confundió con miembros de la comuna. Con la táctica de jugar a «la liebre y el erizo» aprovechaban cualquier ocasión, sin recurrir a la violencia física, para provocar a las fuerzas del orden y ridiculizarlas. Los activistas de la K 1 dominaron a la perfección la táctica del desvelamiento de estructuras autoritarias. Sus acciones provocaban reacciones indiscriminadas por parte de la policía, de la que tampoco se salvaban los ciudadanos-espectadores.

Numerosas acciones de la K 1 tenían rasgos de espontaneidad dadaísta. «No se exagera afirmando que las formas de acción específicamente antiautoritarias adquirieron carácter masivo justo en el momento en que la Sozialistische Deutsche Studentenbund (SDS [Alianzade Estudiantes Socialistas Alemanes]) se fusionó con una línea que históricamente se remontaba al dadaísmo berlinés».

Siepmann, Eckhard: «Die Negation der Negation als brennender Weihnachtsbaum». En: Siepmann (red.): *Heiss und kalt*, Berlin, 1986, pp. 636-645.

Los medios de comunicación convirtieron la experiencia de la K 1 en una central de espantaciudadanos, y todos los siguientes prejuicios contra generaciones de pisos compartidos estuvieron marcados por esta imagen deformada, a pesar de que el verdadero día a día de la K 1 en realidad había sido bastante pequeñoburgués. Las fotos de Uschi Obermaier fumando un porro fueron más bien un trabajo de encargo para la prensa y se vendieron a las revistas de información Stern y Spiegel. La campaña de difamación por parte de los periódicos del magnate Springer consiguió convertir a los de la K 1 en peligrosos enemigos del Estado. Su criminalización llevó a mucha gente de su entorno a distanciarse de ellos. Pero los miembros de la K 1 que eran juzgados, entendieron las vistas en la audiencia como una amable oferta por parte del Estado, que les ponía a su disposición un escenario para nuevos happenings. Desvelaron al procedimiento judicial como ritual del poder. En marzo de 1968, un reportero del Spiegel se lamentaba en un artículo del aspecto de Teufel que, según él, suponía «la deshonra total de la manera de vestir occidental». De este proceso viene también la legendaria frase que Teufel dijo acerca de la orden de levantarse ante el tribunal: «Bueno, si eso ayuda a encontrar la verdad». Con una frase así desmontó la exigencia de subordinación de la justicia burguesa que se impone en la sala de audiencias mediante convenciones formalizadas (○ gramática cultural). Cuando se le pidió a Teufel someterse a un dictamen psiquiátrico, él manifestó no tener ningún inconveniente en hacerlo, siempre y cuando el juez y el fiscal se sometiesen también a tal reconocimiento.

«horrorífica comuna estudiantil que ha institucionalizado los cambios de pareja frecuentes» (*Spiegel*, nº 29, 1967, en referencia a la K 1).

la cuestión del poder. Este mensaje no se «transmitió» mediante un texto esclarecedor, sino mediante un happening escenificado para los implicados y los espectadores (de la tele).

Los elementos simbólicos desaparecieron prácticamente por completo en los happenings de la guerrilla divertida de Berlín. En su lugar se introdujeron más «estrategias afirmativas» (○ *afirmación subversiva*) en las diferentes formas de ○ *teatro invisible* y visible, influenciadas sobre todo por las discusiones teóricas francesas de principios de los años 70. Accionistas disfrazadas (al estilo de Franz Josef Strauß [antiguo presidente de Baviera], de señora con pieles de visón del barrio rico berlinés de Grunewald o de «joven derechista» con una chapa con la imagen de Kohl) exigieron en un mitin del senador para Urbanismo, el conservador Heinrich Lummer, más medidas drásticas contra los okupas y manifestantes para remitir así a las relaciones de Lummer con la extrema derecha. La inauguración de la gran exposición sobre Prusia en el edificio Gropius fue perturbada por una representación de hombres desnudos, pero con las caras tapadas, que se se dieron a conocer como «TUWAT» («HAZALGO» en dialecto berlinés) y que llamaron de esta forma la atención sobre la convocatoria de un congreso de autónomos. Una «Iniciativa de amistad germano-americana» convocó al mismo tiempo una gran manifestación en favor de la visita del ministro de Asuntos Exteriores de Estados Unidos, Alexander Haig, en septiembre del 81, precisamente como manifestación en contra de esta visita. Pero después de largas discusiones dentro del «movimiento» la mani fue desconvocada. En su lugar se organizó una obra de teatro en el Metro con hombres y mujeres vestidos de mujeres de la limpieza que tiraban piedras de poliespán contra «terroristas». Los viajeros fueron involucrados en discusiones entre «población trabajadora» y «gandules criminales».

La «*Spaßguerilla*» se entendía como una forma especial de expresión del movimiento del 81, desmarcándose abiertamente del del 68. Su «diversión radical» (radikaler Spaß) surgía de la convicción de que ya no había nada que perder («No future»). Esta delimitación por lo que se refiere a utopías sociales, a posibles maneras de vida colectiva (comunas y alternativas), a la influencia en la sociedad y también en cuanto a referencia de la cultura pop (hippies contra punks) sigue estando clara hoy en día. Por lo que se refiere a las formas específicas de acción, en los happenings se muestra, sin embargo, una sorprendente continuidad que desde el movimiento del 68 pudo influenciar la manera de entender la política a principios de los 80, una manera nueva, no esclarecedora, que buscaba la confrontación y que cuestionaba también muchas certidumbres de la izquierda.

«Burn, warehouse, burn!» ...

medida— por lo que de atrevido e innovador subyace, a pesar de toda tragedia humana, en el incendio de los grandes almacenes de Bruselas». En la última octavilla («¿Cuándo arderán los grandes almacenes de Berlín?»), la fiscalía vio una invitación abierta a «manifestarse» también en Berlín con almacenes en llamas en favor de Vietnam: «No os extrañéis [...] si en los próximos tiempos se produce un incendio [...] Bruselas nos ha dado la única respuesta posible: Burn, warehouse, burn!» Los ataques verbales de la K 1 habían tocado un punto neurálgico: los grandes almacenes como símbolo del mundo capitalista de mercancías y como expresión de normalidad en la sociedad de consumo. Sólo la idea de que el lugar del cotidiano delirio consumista pudiera ser amenazado con ataques terroristas ya rebasaba el límite de la provocación. El siguiente acto de esta representación tuvo lugar en la sala del juzgado.

«Burn, warehouse, burn!» .

La Comuna 1 fue el símbolo de una fase del movimiento antiautoritario en cuyo centro se encontraban los procesos de aprendizaje permanente, pero también los esfuerzos por cambiarse a sí mismo. Es posible que sus formas ritualizadas de acción hayan entrado en la «pendiente irresistible de los procesos de valorización que se autoalimentan» y que Teufel, Langhans y compañía se hayan realmente convertido en «provocadores mentalmente entrenados de la sociedad mediática capitalista» y en «sus suministradores dependientes». No obstante, contribuyeron mucho al desarrollo de la acción espontánea, la iniciativa colectiva y la autoorganización cara a la emancipación del sujeto histórico. Los miembros de la comuna oponían al poder del Estado la creatividad; a las armas, la movilidad; a la brutalidad, la pasión; a las porras, el lenguaje. Consiguieron que el Estado socavara su propia legitimidad por su actuación brutal y desproporcionada.

Especial de *Spiegel*, «*Die wilden 68er*». Hamburgo, 1988.

La K 1 marcó la imagen social de la generación del 68, si bien en la oposición extraparlamentaria al final acaba dominando la política seca y sosa. Las diferencias ideológicas cada vez más acusadas acabaron en 1967 con la exclusión de la K 1 de la SDS. Se les acusó de «falsa espontaneidad», de «sobrevaloración« y de «huida de la realidad». A despecho de todas las diferencias, la K 1 continuó con sus acciones, en parte apoyadas por miembros de la SDS. El proyecto K 1 fracasó finalmente por sus contradicciones internas.

Hubo también mujeres que se distanciaron de la K 1, sobre todo aquellas que más adelante atacaron con tomates el dominio de los hombres en la SDS. Gretchen Dutschke-Klotz criticó las ideas políticas de la K 1 diciendo que los hombres de la K 1 «parecían tener principalmente un objetivo, el de convertir a las mujeres en sus objetos sexuales comunes». Frases como «A mí qué me importa la guerra de Vietnam; yo tengo que solucionar mis dificultades para llegar al orgasmo», de Dieter Kunzelmann, podían conducir a tales suposiciones. La práctica social cotidiana de la K 1 estaba marcada por influencias sexistas-patriarcales. No obstante, fue paradójicamente esta insistencia en el factor subjetivo la que contribuyó luego a preparar el terreno para el cuestionamiento de este patriarcalismo. Además hay que decir que la idea de una revolución sexual no era exclusivamente una cosa de hombres; un trato más abierto de la sexualidad, la anticoncepción y la idea de una responsabilidad colectiva por los hijos, significaba también para las mujeres un paso hacia la liberación. Tal práctica se realizó, sin embargo, más bien en la Kommune 2 (K 2), una escisión de la K 1, fundada por Jan Carl Raspe, Heike Brandt y otras, como contestación al narcisismo, al culto de los ídolos y a la instrumentalización de algunos compañeros proletarios por parte de miembros de la K 1. La K 2 intentaba llevar a la práctica la reivindicación de Rudi Dutschke de «revolucionar a los revolucionarios» como «condición previa a la de revolucionar a las masas», una exigencia que la K 1 no pudo o no quiso cumplir.

Kommune 2: «Kindererziehung in der Kommune». En *Kursbuch*, nº 17, 1969, pp. 147-178.

Al mismo tiempo se formó el «Consejo Central de los rebeldes nómadas del hachís» («Zentralrat der

Uniformes de gala y cuerpos desnudos

Cada año, en la verbena del uno de mayo, se celebra en Tubinga un extraño ritual primaveral: las corporaciones estudiantiles saludan con cantos el comienzo del mes de mayo. Los miembros de estas asociaciones de hombres se reúnen por la tarde en sus locales en el Österberg. Después del consumo ritual de alcohol empiezan poco antes de la medianoche su marcha de antorchas (con recogegotas hechos con posavasos) hacia el Holzmarkt, una plaza céntrica de Tubinga dominada por la iglesia Stiftskirche. Van vestidos con trajes de estilo antiguo, en los cuales destacan especialmente las gorras de varios colores, las cintas en el pecho y las puntas multicolores en la trincha de sus pantalones. Delante de la iglesia se alinean y cantan tres canciones: una en latín que alaba los placeres de la vida estudiantil, luego la canción popular «Der Mai ist gekommen» (Mayo ha llegado) y al final una canción sacada del contexto de la revolución fracasada de 1848: «Die Gedanken sind frei» (Los pensamientos son libres).

Pero este canto apenas se puede percibir, puesto que otra parte del ritual es que la izquierda de Tubinga y muchos curiosos también se dan cita a la misma hora en el Holzmarkt para perturbar la manifestación de los estudiantes conservadores, a veces con «argumentos contundentes», pero siempre con el trasfondo de un ruido tremendo (desde caceroladas hasta la «Internacional»). La parte más «contundente», sin embargo, es impedida desde mediados de los años 80 por una presencia policial masiva. Los guardianes del orden crean un ancho espacio vacío entre los dos grupos y evitan así que los estudiantes corporativos sean incordiados con huevos podridos y otras contrariedades. A pesar de ello, la confrontación de los dos grupos opuestos ha mantenido su carácter de un espectáculo de lucha. Este ritual anual es tan conocido que acuden cada vez más equipos de televisión en espera de que puedan captar alguna actuación espectacular.

La coreografía de la puesta en escena: «El Holzmarkt de Tunbinga a medianoche a la luz de las antorchas» suele correr a cargo de las corporaciones y de las fuerzas de orden público. Según el reparto de papeles legalmente previsto, ellos son los actores, mientras que los demás han de conformarse con el rol de espectadores. Aunque estos últimos consiguen normalmente dominar la plaza acústicamente, la convocatoria y el territorio visual quedan, no obstante, en manos de las corporaciones, apoyadas por el cordón de la policía. Pero en 1995, el ritual se llevó a cabo con un pequeño cambio de escenografía.

Aún hoy no se sabe quién organizó las numerosas actividades que llamaron la atención ya antes de la cita. Apareció, por ejemplo, una octavilla de una asociación estudiantil con fama de ser dominada por la derecha, que convocó, bajo el lema «Empezar activos el mayo, para entrar frescos al semestre», al «Primer concurso de cintas y gorras de Tubinga».

Estudiantes corporativos en 1995



Freedom & Sunshine for Giorgio Bellini

Georgio Bellini, ciudadano suizo e impulsor del Eisbrecher (rompehielos), periódico del movimiento juvenil de Zurich, fue detenido en febrero de 1981 por la policía de fronteras alemana para ser entregado a Italia. Una orden de detención italiana le acusaba de «formar y apoyar» una agrupación criminal. Un «Comité para la liberación de Georgio Bellini» realizó a principios de mayo una espectacular acción de solidaridad en Suiza. Pocos segundos antes de empezar las telenoticias de la televisión helvética se presentaron dos personas en la sala de redacción de los estudios y dijeron a los colaboradores de la

umherschweifenden Haschrebellen»). En buena medida, este seudónimo se inventó como parodia de los grupos políticos de estudiantes. Los rebeldes del hachís se pronunciaron en favor de una política militante y de la infracción masiva de la existente ley de estupefacientes. Organizaron en el Tiergarten, un céntrico parque berlinés, varias smoke-ins (fumadas colectivas), ayudaron a buscar abogados para gente perseguida por haber fumado canutos y reivindicaron la legalización de las drogas. En una octavilla explicaban: «Luchamos por poder decidir libremente sobre nuestros cuerpos y formas de vida. Uníos a esta lucha. Formad cuadros militantes en los pueblos y las metrópolis. Cagaos en esta sociedad de seniles precoces y de tabúes. Convertíos en salvajes y haced cosas guapas». De este entorno provenía también una parte del grupo Bewegung 2. Juni (Movimiento 2 de junio) que, a diferencia de la RAF, mantuvo reminiscencias de las formas antiautoritarias de acción, incluso en el secuestro del político de la CDU, Peter Lorenz, o en atracos a bancos (en 1975 repartieron dulces de chocolate, llamados «besitos de chocolate», entre los asustados clientes de dos bancos).

Aunque buena parte de las ideas políticas de todos estos grupos del movimiento antiautoritario podrían considerarse fracasadas, «en un sentido subversivo, de cambio de las formas de vida social, consiguieron un éxito que nunca habían esperado y que perdura hasta hoy». ⊙

Mosler, Peter: *Was wir wurden, was wir sind*, Hamburgo, 1977. Langer, Günter: «Der Berliner ‚Blues"». En: Siepmann, E. (red.): *Heiss und kalt*, Berlín 1986, pp. 649-657.

Kraushaar, Wolfgang: «Fritz Teufel». En: Jacoby, Edmund (ed.): *Lexikon linker Leitfiguren*, Frankfurt a.M., Olten y Viena, 1988, pp. 349-351.

Uniformes de gala y cuerpos desnudos

Quien entregara el mayor número de cintas y gorras de uniformes de gala de las corporaciones se llevaría el primer premio. A pesar de las muchas felicitaciones por esta iniciativa, la asociación «fakeada» se distanció de esta convocatoria.

Se ve que también intervinieron otros grupos con ⊙ *fakes* en el acontecimiento. Por ejemplo, con un cartel que anunció una «mesa redonda» entre el catedrático omnicompetente Walter Jens de Tubinga, de tendencia liberal de izquierdas, con el candidato conservador al cargo del rector de la universidad, el catedrático de Derecho, el conde Vitzthum. El título del anuncio de la corporación «Asociación de Estudiantes Alemanes» para la tarde del «canto al mayo» era: «Soldados alemanes: ¿asesinos y violadores? Un encuentro literario en el que se darán cita la República de los Sabios de Tubinga (las corporaciones) y la Cultura del Derecho y Filosofía de toda Alemania (Weimar/Buchenwald)». Pero las espectadoras interesadas se encontraron con las puertas cerradas. Parece que algunas cartas de lectoras de las filas de las corporaciones también eran fakes.

Poco antes de la medianoche se percibía un ambiente tenso en el Holzmarkt de Tubinga. Estallaron algunos petardos y se notaba una agresividad latente. Pero justo cuando las corporaciones se pusieron a cantar, se proyectaron diapositivas del color azul de la tele en la pared de la iglesia Stiftskirche que domina arquitectónicamente la plaza Holzmarkt,

Freedom & Sunshine ...

televisión: «Somos de la policía criminal. Quedan detenidos por un asunto de drogas». Dos personas más, disfrazadas con máscaras de carnaval y gorros con borla, aprovecharon la consiguiente confusión para hacer su entrada en escena. Se colocaron al lado del locutor de noticias y le pusieron —de manera bien visible para los teleespectadores— un cartel ante las narices: «Freedom and Sunshine for Giorgio Bellini» (libertad y sol para Georgio Bellini). Luego le entregaron un papelito donde se podía leer: «Quédese tranquilo y alegre, queridísimo Papá Noel. Ya hemos acabado y ahora puede seguir con lo suyo».

¿Los provos al poder? ¡Jamás!

«Provo never ruled» (Provo nunca mandó) ¿Pero quién era Provo? La revista Kursbuch, en su día el órgano central de la nueva izquierda, analizaba en 1969, cuando el movimiento estudiantil se encontraba en su momento culminante: «Aunque la existencia de Provo haya servido en parte para impulsar las actividades políticas de grupos estudiantiles holandeses y de otros países, ni los planteamientos políticos ni las prácticas organizativas de los provos pueden ser considerados como modelo para un movimiento político que apunte a un cambio total de la sociedad». Muy diferente es la valoración de los provos que hace en 1996 un simpatizante de la nueva generación, el reportero de Amsterdam Kees Stad: «El movimiento provo holandés tuvo una vida muy breve, pero cambió de forma drástica la vida política de Amsterdam y otras regiones de Holanda. Y aunque los provos se disolvieron al conseguir el poder "real", su influjo se sigue notando aún». ¿Una fruslería apolítica o un importante movimiento político? ¿Quién o qué fueron los provos en verdad?

La alteración de la paz por los provos de Amsterdam empezó con el hecho de que algunos artistas ominosos declararan la calle su espacio de acción. Uno de ellos, Robert-Jasper Grootveld, le tenía una fuerte antipatía a la industria tabacalera y empezó a pintar grandes «K» («K» de «Kanker», la palabra holandesa para cáncer) en los paneles publicitarios de cigarrillos. Ya en los primeros años 60 organizó en su casa, el «Centro Mágico del

Böhmer, Konrad/ Ton Regtien: «Provo – Modell oder Anekdote? Zur Funktion und Ideologie einer Protestbewegung». En: *Kursbuch*, 19, 1969, pp. 129-150.

mientras que al mismo tiempo empezaba a sonar a toda pastilla un concierto de piano de Chopin. Las imágenes no se podían identificar enseguida. Se veía un club deportivo, al viejo nazi y presidente de la patronal alemana, Schleyer (desgraciadamente muerto), haciendo un discurso, a hombres y a criminales de guerra nazis. Apareció una frase: «Las corporaciones tienen una tradición. Su final también». Luego, al lado, un verdugo con una sonrisa pérfida poniéndoles la cuerda en el cuello. El «Comité de Salvación Pública» se ofrecía al final para cumplir con la tradición: «A nosotros nos gusta ayudar. Hable con nosotros». La gente se reía. El interés de la multitud se desplazó. Quedaban sólo unos pocos que aún se fijaban en el grupo de hombres con antorchas que permanecían apartados en un rincón de la plaza. Final de la proyección de las diapositivas. Y un nuevo intento de los corporativistas de cantar en la plaza cercada por la policía. Pero fueron superados por la canción «Conquest of Paradise» de Vangelis, aquella canción que utilizaba el campeón de boxeo de la Alemania Oriental, Henry Maske, como himno cuando subía al ring. Esta música es bombástica, y esta tarde incluso sonó a fascistoide. El emblema del «Comité de Salvación Pública» —la guillotina— daba colorido al lema de la acción «Adelanto mediante la técnica».

Y de repente doce mozos empiezan a bailar desnudos por la plaza, cerrada por la policía, sin que nadie sepa por dónde han entrado. Se colocan en la escalinata de la iglesia

Freedom & Sunshine .

Acto seguido se procedía a la segunda parte de la comedia: los dos supuestos policías detuvieron a los perturbadores enmascarados y los liberaron así de las garras de un técnico que quería detener a los «alborotadores». La escenificación salió bien y los «enmascarados» pudieron escapar sin que nadie les reconociera. (Basler Zeitung, 4-5 de mayo de 1981).

Mundo», sesiones antihumo, donde al mismo tiempo se fumaban grandes cantidades de porros. Cuando, en verano de 1965, los «magos antihumo» se unieron con los anarcopacifistas alrededor de Roel van Duyns, las acciones místicas de los primeros se convirtieron en provocaciones, y las pacifistas adoptaron las formas de acción de los provos en vez de seguir con sus manifestaciones-procesiones.

Alguien descubrió que una famosa estatua pequeña, el Lieverdje de la plaza Spui de Amsterdam, había sido donada por una multinacional del tabaco. En vez de volarla, como recomendaron los autores del Kursbuch, los provos organizaban los viernes por la noche unas sesiones muy extrañas que atraían cada vez a más gente joven. La policía cogió la costumbre de provocar altercados cada vez que tenían lugar los ○ happenings. Según Dieter Kunzelmann, los provos fueron los primeros en Europa que —mediante sus protestas— consiguieron convertir la calle en ágora, en «campo de articulación».

Dreßen, Wolfgang y ot. (ed.): *Nilpferd des höllischen Urwalds*, Berlin, 1991, p. 198.

Cuando algunos rebeldes fundaron la revista Provo, el movimiento empezó a arrancar con gran fuerza. De la peña entorno al Lieverdje, del comienzo del movimiento estudiantil y contra la guerra de Vietnam, de la generación de posguerra de jóvenes artistas y políticos y de otros ingredientes misteriosos se formó un cóctel de muchos quilates con enorme éxito. Aparecieron eslóganes y símbolos que nadie podía entender («Klaas kommt!» = ¡Klaas viene!). Pero muchos entendían a pesar de ello que la rabia que se expresaba a través

haciendo señas con la mano en todas las direcciones. Agitan los brazos en el aire, llevando algunos de ellos pancartas con consignas como «Reconciliaos. Misión Urbana de Tubinga» y «Jesús nos quiere a todos», con las cuales primero avanzan hacia los corporativistas y luego hacia la gente concentrada en la plaza. La policía intenta alejarles de los estudiantes corporativistas. Pero ningún poder del mundo puede ya detenerlos. Los corporativistas no entienden qué les está pasando. Hace rato que ya no intentan cantar. Algunos enfurecidos intentan romper el cordón policial y se muestran dispuestos a actos violentos. La policía los retiene. Los doce discípulos del Señor hacen de personal de tierra de Dios y reparten tratados cristianos a las policías y los corporativistas. Luego se retiran paulatinamente de este rincón de la plaza. Las policías aseguran con profesionalidad la retirada. Los desnudos avanzan –siempre haciendo señales con la mano hacia los coporativistas– hacia la multitud de espectadores, rompen el cordón de uniformados de verde y son alzados por la multitud hasta el borde de la fuente al final de la plaza donde entonan, agitando sus pancartas, una canción cristiana. Mientras que el «cielo se abre sobre todos», empieza otra ronda para el así llamado «Show de diapositivas sobre criminales de guerra alemanes».

Entretanto ya ha llegado la medianoche. Los hombres de las corporaciones se retiran, algunos tarareando disimuladamente la melodía de «Conquest of Paradise». La policía

«Hechos desnudos» contra Playboy

En 1969, la Universidad de Iowa invitó a un directivo de Playboy para pronunciar una conferencia sobre sexualidad. En este acto, el experto en cosificación ilustrada de mujeres se convirtió a su vez en objeto. Al poco rato de empezar a hablar, entró una docena de lectoras atípicas de la revista para hombres en la sala completamente repleta. Ya sus rótulos y carteles, con frases como «Read PLAYBOY – your penis will grow one inch!» (lea el PLAYBOY y su pene crecerá una pulgada) o «Playmeat of the month» (en vez de Playmaid = chica Playboy, ponían Playmeat = carne Playboy del mes), hicieron que se le atragantara un

de estos mensajes era una rabia auténtica. Una rabia por el mundo de plástico que les rodeaba; los provos fueron los primeros en plantearse cuestiones medioambientales. Rabia por las masas conservadoras, pacificadas y satisfechas de la sociedad de consumo. Rabia por la hipocresía de la memoria colectiva holandesa: los provos tocaron unas heridas abiertas como la pasada guerra mundial y el hecho de que la mayoría de las ciudadanas no sólo no habían luchado contra los nazis, sino que muchas incluso les habían apoyado.

El gran mérito de los provos, no obstante, estribaba sobre todo en su capacidad de provocar y ridiculizar a las autoridades. Se declararon anarquistas, pero fueron lo suficientemente listas como para no tomarse demasiado en serio. Sus grandes planes fueron siempre tan exagerados que resultaron irrealizables.

Primero llegó el plan «Witte fietsen plan» que preveía la socialización de los principales medios de transporte de Amsterdam. Por toda el área de la ciudad deberían colocarse bicicletas blancas a libre disposición, para que todo el mundo pudiera coger y dejar una bici en el lugar que le pareciera. Con este plan los provos querían eliminar los coches. Pero la policía cargó contra todas las que fueron a la Presentación de la Primera Bicicleta Blanca. Otros «planes blancos» se referían a casas (publicaban semanalmente una lista de pisos y casas vacías) y a chimeneas (chimeneas blancas contra la contaminación del aire). Hubo también un Plan Blanco para el Sexo, un Plan Blanco para la Escuela, Planes Blancos para las Mujeres (para abortar gratuitamente), para Niños y para la Policía. Bajo la

retira en un santiamén las vallas del cordón. La multitud se dispersa por toda la plaza. Desde una calle colateral se oye primero muy bajo, luego cada vez más alto música tecno. En la plaza entra un camión envuelto en una neblina rosa y acompañado de figuras que se mueven convulsivamente, atraviesa la multitud que se está dispersando, avanza por la zona peatonal y la Hauptstraße en dirección Sudhaus, lugar escogido por el «Comité de Salvación Pública» para esta noche con el fin de celebrar una fiesta rave bajo la consigna: «Adelanto mediante el techno».

La intervención del Comité de Salvación Pública de Tubinga desplazó los significados existentes justo hasta el punto de conseguir invertir en su favor la autoescenificación de los estudiantes corporativistas. Lo que se había ideado como escenario para el «canto al mayo», se convirtió en escenario de un happening no codificable a primera vista, que invitó, sin embargo, a la risa con medios artísticos: performance, imagen/diapositiva/collage, sonido/música. En todo caso, «arte en la época de la reprocuctibilidad técnica»: imágenes y músicas ya existentes fueron combinadas de manera nueva. La consigna «Adelanto mediante la técnica» se vio puesta en práctica de un modo algo diferente: mediante proyectores de diapositivas dirigidos por ordenador se consiguió saltar el cordón policial y proyectar imágenes en la pared de la iglesia. Una megafonía de muchos

«Hechos desnudos» contra Playboy ...

poco su discurso. Las activistas del grupo WITCH (Women's Internacional Terrorist Conspiracy from Hell = conspiración terrorista internacional de mujeres del infierno) se sentaron y escucharon, aburridas, algunos minutos las fantasías masculinas que ya no salían con tanta seguridad. Y de repente, se levantaron y se quitaron con toda tranquilidad la ropa una tras otra. Este escenario cobró un carácter casi religioso cuando un activista masculino cogió la guitarra para acompañarlas con música. Esta demostración de hechos desnudos dejó al directivo del sexismo sin palabras. Pero aquí no se acabó la historia: el

consigna: «Pórtate bien con la Policía», se propuso que el amiguete policía con uniforme blanco repartiese cerillas entre las fumadoras, preservativos a menores de edad y muslos de pollo a transeúntes hambrientos. Huelga decir que Provo siempre iba vestido de blanco.

Provo dejó claro que cualquiera con una buena idea podía ser un provo. Nunca intentaron defenderse contra las acusaciones de los políticos o la prensa normal, al contrario: contestaban que eran mucho peores de lo que se decía o escribía. Sus acciones-happenings desembocaban normalmente en fiestas místicas cuyo transcurso caótico no sólo garantizaba su opacidad cara a los guardianes del orden, sino también para la izquierda ortodoxa.

Amsterdam vivió algunos meses furiosos de revueltas permanentes, de manifestantes heridas, de provos cercados por la policía, etc. La policía reducía a porrazos a cualquier persona que llevara tejanos blancos. Desde las manis de los provos, cualquier concentración de personas se había convertido en un acto contra la seguridad del Estado. Cuando los trabajadores de la construcción se declararon en huelga, el 14 de junio de 1966, entre los participantes en los mítines se encontraban también provos, para gran disgusto de los sindicatos. Las protestas de los trabajadores fueron enseguida interpretadas como protestas provo. Y al poco tiempo, la burguesía holandesa veía cualquier movimiento político, fuera del ritual inútil de los debates parlamentarios, como parte de una conspiración urdida por los provos.

Quedó patente que las autoridades se sentían más cuestionados por los ataques provo a la ⊙ gramática cultural que por las protestas tradicionales. En vez de ofrecer un análisis de la función social de la policía y la justicia, Provo actuaba en base a un énfasis subjetivo. Provo consideraba la confrontación con la policía como «ludiek evenement», o sea, como un «acontecimiento lúdico». Provo empezó a extenderse. Pronto hubo en muchas otras ciudades y pueblos grupos provo.

Cuando la princesa y futura reina Beatriz se casó en 1967 con el príncipe y miembro del ejército nazi del Tercer Reich, Claus von Arnsberg, Provo vivió su punto culminante. Consiguieron alterar el séquito nupcial y las transmisiones por la televisión con una niebla de color naranja (el orange es el color de la casa real holandesa) que provenía de enormes bombas de humo. En esta acción se produjo una alianza entre resentimientos burgueses contra la boda de la futura monarca con un alemán y ataques contra la monarquía. En muchas paredes se veía la pintada: «Ik wil mijn fiets teruk» (que me devuelvan mi bicicleta), que hacía referencia a las bicicletas robadas por el ejército de ocupación nazi. La policía reaccionó de manera brutal. Tampoco sirvió de nada que los provos empezaran a vestirse de color orange como prueba de sus convicciones monárquicas.

En 1966, Provo participó en las elecciones municipales: «Stem Provo — kéjje lachen» (Vota Provo y verás qué risa), y ganó un escaño en el consejo municipal. Entonces se les acusó de reformistas. Más tarde se presentaron también

vatios superó con facilidad los cantos al mayo. Y unos focos potentes dirigieron las miradas de los espectadores de las antorchas hacia los hombres desnudos en el lugar vacío detrás de las vallas de la policía. En este punto, sin embargo, se acabó el juego con las virtualidades técnicas, ya que los hombres eran auténticos. Tanto para hacerles entrar en la plaza, como para la instalación del equipo técnico se necesitaba un gran conocimiento del lugar y de sus accesos. Se cuenta que tampoco debía de ser fácil encontrar a personas valientes para esta tarea. Había muchos autónomos bregados en la lucha que se negaron alegando pretextos poco creíbles. No les atrajo el panorama de entrar «sin armas» en el ruedo.

El marco de una confrontación entre gente de izquierda y las corporaciones conservadoras-reaccionarias dentro de un espacio público ritualizado y definido por la derecha se desplazó con la ayuda de un happening. De este modo lograron crear confusión. Los estudiantes corporativos no podían reprimir a veces la risa ante su propio ridículo; cantaban con sus adversarios y se dejaban arrastrar por sus actos. Las espectadoras que habían acudido para asistir a la cita anual del canto al mayo se divertían con el Comité de Salvación Pública, aunque no estuvieran de acuerdo con el mensaje político de algunas de las diapositivas.

La risa de la multitud puede atribuirse en parte al rechazo bastante extendido de las corporaciones estudiantiles; y también a las ganas de vivir espectáculos. Pero hay que añadir algo más: el contraste entre las dos versiones de virilidad expuestas en la plaza. Los cuerpos masculinos uniformados y formados por cintas y gorras que confieren incluso a la cara más redonda de bebé una barbilla dura y una voz ruda; las hombreras de los policías, las porras y los fondillos de pantalón sin bolsillos, las piernas arqueadas, sus cuerpos rectos y rígidos, pero también su tambaleo borracho contrastaba con la visión poco usual de unos hombres desnudos. Nunca fueron tan hermosos como entonces. En el nocturno escenario romántico de la plaza medieval del Holzmarkt, donde se ofreció este panorama tan poco usual de la virilidad, se convirtieron en el comentario irónico ante el cual los cantores y sus protectores daban una imagen de miserables mezquinos. Las pancartas reflejaban la grandilocuencia de la música. La cita de la Biblia, acompañada por un trasfondo musical exultante, se vio quebrada por la insólita desnudez: nadie podía ya suponer que la llamada a la reconciliación iba en serio. Toda esta escenificación tan intensa fue ridiculizada. A pesar de todo, sigue habiendo gente en la ciudad que cree que todo fue en realidad un montaje de una secta cristiana.

«Hechos desnudos» contra Playboy .

tranquilo «strip-in» fue seguido por un ruidoso «teach-in». En poco menos de media hora la filosofía Playboy quedó hecha trizas. Pero aún tuvo suerte: el grupo SCUM (Society for Cutting up Men = sociedad para capar a los hombres) seguramente no se habría dado por satisfecho con esta forma de protesta tan inocua. Por otro lado, el Parlamento de Iowa se olió una relación intrínseca entre obscenidad, violencia y radicalidad y convocó una comisión de investigación que inició un procedimiento judicial, pero no contra el falósofo, sino contra WITCH y las estudiantes que habían participado en la acción. ¡Lógica masculina!...

Tíos buenos 1995



«Jesús nos quiere a todos».

a las elecciones generales. Su candidato fue un antiguo ministro socialdemócrata que se había convertido en provo. La actuación desmesurada de la Administración y la policía de Amsterdam provocó diversos escándalos y obligó al jefe de la policía y al alcalde a presentar su dimisión.

El día 15 de mayo de 1967, Provo se autodisolvió públicamente en el parque Vondelpark que habían convertido en una especie de Hyde Park, con ampulosos oradores subidos en cajas y todo su ambiente típico. Pero como de costumbre, nadie sabía a ciencia cierta si la disolución iba en serio, ya que los provos anunciaron al mismo tiempo nuevas acciones y planes y pedían la vuelta del anterior alcalde. Más adelante, un conocido provo explicó que el hecho de haber ganado un escaño en el Ayuntamiento había servido como señal para disolverse. Desde entonces todos los provos quedaron libres de escoger su propio camino.

Aquellos que querían hacer «política legal» fundaron partidos. En la actualidad hay de hecho aún uno de los más destacados provos de los años 60 con un pequeño y esotérico partido «verde» en el consejo municipal. Muchos otros escogieron caminos diferentes: drogas, suicidio, viajes, literatura, negocios... Algunos todavía participan de vez en cuando en acciones. Sea como fuere, desde los tiempos provo se ha tornado difícil hacer política «seria» en Holanda. Por lo menos por parte de la izquierda. Demasiada gente ha aprendido que existen otras cosas más importantes y menos aburridas. ⊙

Keep invisible!

Teatro invisible y práctica política

El teatro ha sido utilizado en muchas ocasiones en contextos políticos. Mientras que el teatro de agitación, agit-prop, se servía de la forma teatral como vehículo para transmitir un mensaje claro y unívoco, los medios de expresión teatral en el contexto de la guerrilla de la comunicación van dirigidos a abrir posibilidades de desarrollo espontáneo de una situación y a permeabilizar la frontera entre actores y espectadores. Una versión importante en este contexto es el «teatro de los oprimidos» que se desarrolló en los países de la Periferia. Se trata de una forma de esclarecimiento que no adopta de entrada la actitud del maestro pedante que todo lo sabe. El teatro de los oprimidos intenta mostrar de manera práctica y no discursiva en el escenario una praxis «mejor», o sea, viva, igualitaria y exenta de formas de dominio, aunque sea sólo por un momento. Augusto Boal, uno de los iniciadores de este método, dijo en 1978: «El teatro de los oprimidos quiere hacer visible la opresión». En esta forma del teatro interactivo a menudo se representan diferentes escenas varias veces y se cambian por las indicaciones e intervenciones de los espectadores. De este modo se crea la posibilidad no sólo de mostrar la opresión, sino también de hacer pensable e imaginable la superación de situaciones de opresión. Las actrices representan aquí –como en

Boal, Augusto: *Teatro del oprimido y otras políticas*, Buenos Aires, 1974.

Viajar de negro

Una parada en algún lugar de Berlín. Llega el tranvía. Como último pasajero entra un joven negro y se sienta al lado de una mujer mayor. Ésta enseguida se queja y le increpa gritándole si no se puede sentar en otro lugar. Y luego le suelta todos los clichés exclusivistas de los patriotas de la sociedad del bienestar. Las caras de los demás viajeros demuestran rechazo, curiosidad o acuerdo, pero nadie dice nada. Sólo los jóvenes turcos y alemanes en la parte trasera del tranvía siguen flirteando, discutiendo y hablando. Al cabo de tres o cuatro paradas, aparece el revisor. Con cara de victoria absoluta la mujer

el teatro «verdadero» – papeles estudiados. El objetivo principal es siempre transformar al supuesto espectador, ese ser pasivo, el objeto, en el protagonista de la acción, en el sujeto autónomo de los sucesos. Que las potenciales participantes quieran implicarse o no es una decisión, no obstante, que han de tomar ellas.

A pesar de que el teatro de los oprimidos puede ser calificado de guerrilla de la comunicación, en tanto que las atribuciones de roles se desvanecen y los contenidos representados persiguen conseguir tomas de conciencia mediante formas creativas de comunicación, el teatro invisible sigue siendo la forma más usual de guerrilla de la comunicación. Aquí los espectadores se ven implicados en la acción de modo que normalmente no se percatan de que se han visto envueltos en el proceso. Cuando la guerrilla de la comunicación se sirve de esta técnica, sus objetivos no necesariamente tienen que ser idénticos a los del teatro de los oprimidos. Para ésta no se trata exclusivamente de plantear situaciones de opresión. El teatro invisible se propone más bien escenificar situaciones con un propósito previo, siendo las actrices las que determinan el lugar y la hora. Pueden afrontar temas actuales que se supongan de interés para las espectadoras, provocar perplejidad y, en el mejor de los casos, incluso incitar a la reflexión. La intención es lograr que las espectadoras intervengan, que actúen en contra de la opresión, o bien confrontarlas con su propia pasividad e indiferencia. A las actrices les corresponde en esta acción el papel de indicadores. Ellas insinúan el tema y dejan que los espectadores, hasta el momento indiferentes, continúen con la representación de la «obra».

En los EEUU se emplea el concepto de «guerrilla de comunicación», desde los años 60 para multitud de formas de teatro político. Cfr. Kohtes, Martin Maria: *Guerilla Theater. Theorie und Praxis des politischen Strassentheaters in den USA (1965-1970)*, Tubinga, 1990.

Los actores del teatro invisible tienen la posibilidad de actuar activamente, de escoger de forma autónoma temas que les parezcan interesantes y de representarlos en situaciones cotidianas. Para ello no sólo pueden utilizar el espacio público como escenario, apropiándoselo para la puesta en escena de una obra propia. También pueden recurrir a otras obras reinterpretándolas de modo creativo. En actos de cualquier índole (actos políticos, ceremonias, mítines ...), las formas del teatro invisible son muy apropiadas para perturbar o cambiar el sentido de escenificaciones de los adversarios (⊙ *El Sr. ministro se dirige al pueblo*). En este contexto, las formas del teatro invisible pueden tener un efecto de «mimetismo comunicativo». Y no es necesario que las maneras de actuar parezcan siempre «realistas» (es decir, que no tienen que estar en sintonía con la gramática cultural), a diferencia de cuando se trata de escenificar situaciones. Los actores pueden interpretar también papeles totalmente opuestos a lo que se espera (por ejemplo, referente a su aspecto). Con este método pueden conseguirse efectos comparables a lo que en psicología se conoce bajo el concepto de «intervención

Viajar de negro ...

saca su billete del bolso y observa fija y burlonamente a su vecino. Parece estar convencida de que éste se ha colado (en alemán «Schwarzfahrer» = «viajero [de] negro», el que viaja sin pagar; N. T.). De repente este viajero atrapa el billete de la dama, hace una bola con él, la mastica y se la traga. Ella se queda totalmente confusa y cuando el revisor le pide su billete, balbucea: «El negro se lo acaba de comer». El vecino enseña impasible su abono mensual. El revisor sólo menea la cabeza: «Nunca he oído una excusa tan imbécil». El cortometraje «Schwarzfahrer», de una duración de once minutos, de Pepe Danquart (de la

paradójica» (○ *afirmación subversiva*). Un ejemplo: las perturbadoras no tiran huevos o piedras al Canciller, sino que lo aplauden frenéticamente. Como no está acostumbrado a este trato por parte de unos punks desaliñados y melenudos, notará enseguida que algo va mal, y posiblemente ya se acerca el servicio de orden para expulsarlos, sólo porque han aplaudido amablemente.

La formas del teatro invisible de la guerrilla de la comunicación no tienen por qué apoyarse (como en el teatro de los oprimidos) en el teatro clásico. Remiten también al repertorio del «arte de acción» y del «happening». Pueden desenmascarar, exagerar, desorientar, molestar, transmitir sentimientos, irritaciones y perturbaciones, y pueden provocar reacciones. El teatro invisible se representa en el espacio público; no hay decorados; la escena tiene lugar donde en «realidad» podría tener lugar. Lo decisivo es que una escena teatral reconocible sea percibida de manera absolutamente diferente que una supuesta situación cotidiana. El teatro invisible es un intento de sustraerse a la desvalorización: «¡Pero si sólo es teatro!». Por esta razón cada acción, cada «representación», debe estar ideada (al igual que el ○ *fake*) de modo que no pueda ser reconocida como tal –por lo menos no inmediatamente– por parte de los espectadores ignorantes. En el momento en que los «no implicados» notan que se trata de una escenificación, la acción pierde su sentido. Bajo ciertas circunstancias, sí que puede tener sentido que una parte de los actores sea desenmascarado, pero nunca todos. La meta se consigue probablemente sólo cuando las espectadoras y el resto de las actrices se ponen a debatir conjuntamente la «situación teatral».

El teatro invisible posibilita un trabajo con situaciones de conflicto discriminatorias donde los actores pueden elegir libremente su papel: por ejemplo, el de ciudadano indignado que pregunta en voz alta, si aquel señor grosero no sabe lo que son los buenos modales. Otro ejemplo serían aplausos muy fuertes que resultasen tan exagerados que los presentes se viesen obligados a rechazarlos.

Lo más importante en este teatro estriba en tener una dirección de escena previsora, sobre todo cuando se utiliza con el objetivo de confrontar a la gente con situaciones en las que se expresan claramente relaciones sociales de opresión. Por muy difícil que sea predecir las reacciones de las espectadoras y de los potenciales participantes, es importante pensar en los posibles desenlaces que se puedan producir. Se deberían elaborar formas de actuación que aseguraran la transmisión del «mensaje» previsto; y si fuera necesario, también sin la colaboración de los espectadores «no iniciados». En ningún caso se debería poner en escena el montaje de una situación con la esperanza de que la gente ya se comportará de la manera deseada.

Hay un punto que siempre se debería tener en cuenta: la actuación que las

Viajar de negro ...

Medienwerkstatt de Friburgo), de 1992, fue galardonado en 1994 en Hollywood con un Oscar al mejor cortometraje. Él no ha sido el primero ni el último en llevar esta historia a la pantalla. Circula en varias versiones como «Urban Legend» (leyenda urbana), como fábula moderna, que el primo de una amiga había vivido en alguna metrópoli europea. Y eso está bien.

Yippie!

«¡DEJADLO ESTAR!» gritaban los yippies. «La revolución no es lo que creéis; no es ninguna organización a la que podáis pertenecer; no es aquello por lo que dais vuestro voto. La revolución es lo que hacéis desde la mañana hasta la noche; es vuestra forma de vivir».

En octubre de 1967, 75.000 opositores a la guerra del Vietnam se movilizaron hasta Washington. Mientras unos se preocupaban por un transcurso ordenado y regulado del acto, según lo acordado con el Gobierno, los otros soñaban con asaltar el Pentágono (el Ministerio de Defensa yanqui) o con realizar otras proezas. Decidieron expulsar al diablo del Pentágono y dieron a conocer sus intenciones en una rueda de prensa: en un «Holy Ritual of Exorcism» (ritual sagrado de exorcismo), numerosos santos rodearían el Pentágono cantando salmos y tocando tambores. Con 1.200 personas crearían un poderoso anillo para hacerlo levitar en el aire. A una altura de 300 pies se pondría de color naranja, lo que provocaría la salida de todas la energías diabólicas. En ese momento se acabaría la guerra del Vietnam: «Llevaremos una comunidad de amistad a un lugar donde sólo se ejerce el negocio de la muerte. El siguiente paso será el hundimiento de todas las instituciones importantes de la sociedad norteamericana» (J. Rubin). Como consecuencia del jaleo que esta acción provocó ya de entrada, en casi toda la prensa norteamericana apareció la visión del Pentágono como encarnación del mal. Éstos fueron los

Norman Mailer recreó esta acción en una novela: *Los ejércitos de la noche*, Barcelona, 1973.

Rubin, Jerry: *Do it!*, Milán, 1971.

activistas se esperan de las espectadoras tiene que ser algo realizable por ellas. Si fuera necesario, al plantear la tematización de situaciones de opresión, las actrices deben enseñar la manera de representar posibilidades de resistencia, puesto que este tipo de acciones pueden provocar –en el peor de los casos– no un cuestionamiento, sino una duplicación de la opresión.

Viajero de negro .



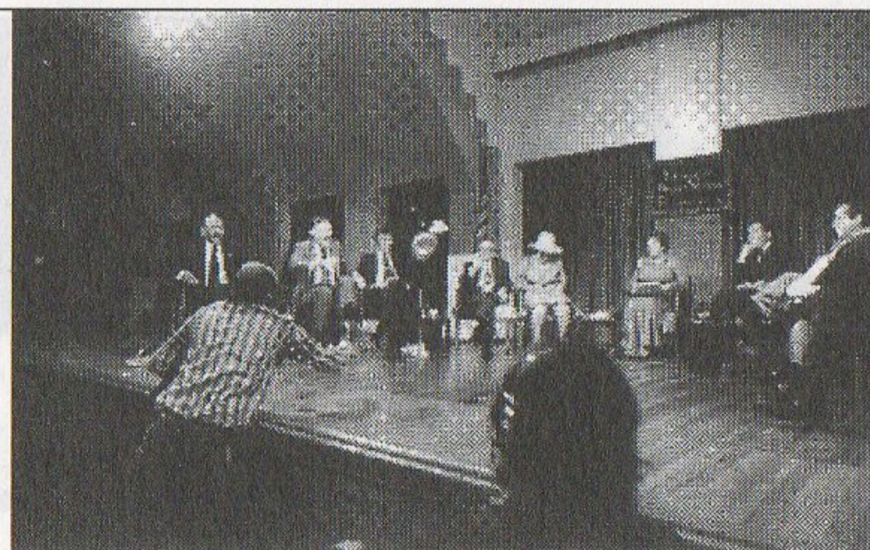
miento político en los EEUU, cuyos miembros fueron conocidos como «yippies».
El concepto de «yippie» se remonta a la fundación del YIP (Young International Party) en la Nochevieja de 1967-68. El concepto juega con el doble sentido en inglés de la palabra «party», que significa partido y fiesta. Hace referencia a una concepción de la política como happening psicodélico: «We are going to take the Pentagon and turn it into an LSD factory» (vamos a tomar el Pentágono y convertirlo en una fábrica de LSD). La Bay Area californiana, con una influencia especialmente fuerte de las ideas anarquistas, fue la cuna de este movimiento. Aquí se unieron los beatniks, los hippies y la oposición estudiantil hasta conformar esa subcultura libertina de la que salieron los yippies. Como portavoces se hicieron conocidos sobre todo Abbie Hoffman (se suicidó en 1989) y Jerry Rubin (mutó ya en los años 70 en corredor de bolsa y murió en 1995 en un accidente de coche).
Su programa decía: «Los yippies creen que no puede haber una revolución social sin una revolución de las cabezas ni una revolución de las cabezas sin una revolución social» (J. Rubin). Recurrían al Pop-Art y a técnicas dadaístas, en vez de atacar abiertamente el «mal» inherente al sistema capitalista; pero declaraban: «Los yippies son marxistas. Estamos en la tradición revolucionaria de Groucho, Chico, Harpo y Karl» (J. Rubin). Entre otras cosas, y por su adhesión a Harpo y Groucho Marx así como a John Lennon, también fueron definidos como «marxistas-lennonistas» o como «groucho-marxistas».

Miller, Tom: http://www.desert.net/disk$ebony/tw/www/tw/04-27-95/curr1.htm

¡Haced volar 1.000 pasteles!

Pequeña historia del lanzamiento de pasteles de Kees Stad (Amsterdam)

Las películas mudas ya nos lo habían mostrado: el pastelazo en la cara del malo de la película tomado por sorpresa –por muy previsible que sea– nunca dejaba de tener el efecto buscado entre el público del cine. Este acto anárquico, que atenta contra las buenas costumbres, transformaba en un periquete a un señor de gran presencia –como, por ejemplo, el empresario tirano que maltrata a Charlie Chaplin– en una figura ridícula. La humillación resulta completa y la carcajada por el mal ajeno, bien grande. Los grandes maestros como Laurel & Hardy elevaron esta recurrida payasada a la categoría de performance artística. El lanzamiento de pasteles nunca se reduce al acto en sí mismo. Su efecto completo no se desarrolla hasta que Oliver Hardy, en aparente actitud estoica, limpia su traje de algunos restos de nata, mientras que Stan Laurel permanece a su lado, con su cara de «te lo tienes bien merecido» y asintiendo con la cabeza lentamente para subrayar lo anterior. Hardy pierde entonces el poco control sobre sí mismo que le quedaba y decide dar rienda suelta a sus deseos de venganza soltándole un pastelazo en la cara a Laurel.



Una de sus metas era hacer visibles las contradicciones sociales también para jóvenes más bien apolíticos. Así, provocaron agresiones policiales y, de esta manera, intentaron hacer experimentable «estéticamente» la represión en el propio cuerpo y hacer que el sistema muestre su verdadero rostro. Sus acciones espectaculares se dirigieron contra la guerra de Vietnam, la policía y el american way of life en general. Intentaron romper con las rigideces políticas por medio de la espontaneidad, el hedonismo y el individualismo. Debido a su inmensa presencia en la prensa, los yippies marcaron de tal manera el movimiento estudiantil y de protesta que no pocos norteamericanos los asociaban con la totalidad de la «nueva izquierda» estadounidense.
No es de extrañar, pues, que los yippies —más que ninguna otra corriente política— fueran vistos en los años 60 por las autoridades como el enemigo público número uno. Esto se debe tanto a su disposición a la militancia («All we are singing, is shoot Spiro first» = todos cantamos pégale primero un tiro a Spiro) y su capacidad de llevar a las barricadas a la juventud blanca de clase media, como por la voluntad de establecer vínculos operativos con grupos afroamericanos como los Black Panther y otras minorías radicales organizadas. Sin embargo, los yippies se encontraron con el rechazo generalizado de la izquierda; eran considerados enemigos de la teoría y anarquistas, y fueron criticados por su «orientación subjetivista» con «rasgos solipsistas» (gran palabra que no significa otra cosa que egocentrista). El

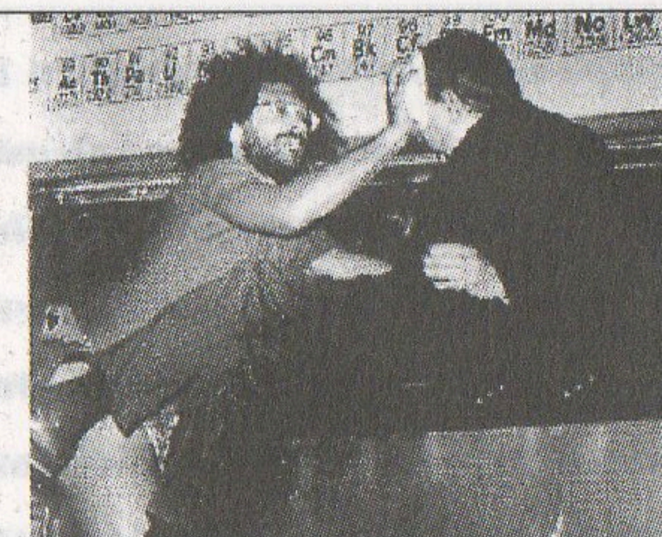
Spiro Agnew fue vicepresidente durante la Administración Nixon.

Albert, Stew: http://elaine.teleport.com/~danw/stew/jerry.html

«La felicidad es un pastel de nata»

Lo que hacía ya tiempo que llevaba la pátina de la época de las películas de cine mudo, sufrió un esperado *revival* con el «movimiento de los pasteles» de los años setenta. Provocó una oleada de temor entre los estratos más altos de la sociedad. La idea de acabar una charla y pasar a la posterioridad con una cara llena de nata llevó a más de uno a renunciar a salir en público.
En los EEUU este movimiento tuvo un líder destacado, el ⊙ *yippie* Aron Kay. En 1976, coincidiendo con el doscientos aniversario de la declaración de independencia, este gran maestro del pastel político atrajo la atención sobre sí al lograr plantarle en plena cara un pastel de crema de café al perro fiel de Nixon y embajador en la ONU, el racista Patrick Moynihan, durante un acto electoral para el Senado. El pastelazo y la explicación de Aron –«Lo hice para protestar por la política exterior de los servicios secretos a los que servía Moynihan»– consiguieron acaparar mayor atención mundial que todas las manifestaciones de aquel año juntas. Con una velocidad sorprendente, Aron continuó su bombardeo y «acertó» en los rostros de uno de los teóricos de la derecha William F. Buckley, el artista Andy Warhol, el alcalde de Nueva York Abe Beame, dos antiguos jefes de la CIA así como toda una serie de personalidades relacionadas con el Watergate. Sus pasteles ayudaron a echar altos cargos del Ayuntamiento y a apartar de la carrera presidencial al supuesto candidato progresista de 1980, Brown.

Aron Kay



escrito de acusación contiene toda una letanía de reproches como escepticismo lingüístico, crítica de la civilización y negación del discurso intelectual: «Le hacían el juego al fascismo al preferir eslóganes fáciles en vez de explicaciones laboriosas e imágenes caricaturizadas en vez de críticas clarificadoras».

Farber, David: *Chicago '68*, Chicago/Londres, 1994, p. 225.

Es cierto que para los portavoces de los yippies «la ideología es una enfermedad»; y no se equivocaban cuando se preguntaban: «¿quién va a poner su vida al servicio de un movimiento que se agota en el debate?» (J. Rubin) Propagaban la acción en vez de la mera charlatanería. Ellos consideraban la acción —a diferencia de la discusión y la reflexión— no sólo como medio de propaganda, sino como acto liberador en sí mismo. No obstante, también ellos elaboraron algunos escritos como el School Stoppers Textbook - A Guide To Disruptive Revolutionary Tactics for High-Schoolers. Del título se deduce claramente al grupo de personas al que se dirigen: los chicos y chicas blancos de clase media hasta ahora apolíticos. Quien lea hoy en día ese manual tal vez se sienta transportado a los tiempos de los ponches y guateques, pero lo cierto es que estas «81 ways to trash the school» (81 maneras de destrozar la escuela) tenían por trasfondo un rechazo general a todo tipo de poder y autoridad y, por lo tanto, eran mucho más que meras «travesuras escolares», como se las considera ahora. Los yippies gustaban de destacar las instancias de transmisión afectivo-visuales; con su «teatro de guerrilla» (○happening y teatro invisible) elevaron la «teatralización de la política» a programa y se propusieron realizar el intento más radical —dentro de la izquierda— de estetizar la resistencia política. Un ejemplo sorprendente de esto es el descrito por Abbie Hoffman bajo el título «Media Freaking». Para una manifestación en Nueva York habían repartido siete galones de sangre en pequeñas bolsas de plástico entre las manifestantes. Armados así, buscaron el enfrentamiento con la policía, y cuando los policías empezaron a golpear a los manifestantes, éstos se rompieron rápidamente las bolsitas de sangre en la cabeza. Al mismo tiempo encendieron bombas de humo y se oyeron salvas de ametralladora de los radiocassetes que llevaban (○ Cut-ups de Burroughs). Los paseantes se quedaban mirando la escena. Toda la plaza estaba llena de sangre. Abbie Hoffman estaba convencido de que estas imágenes dirían más y tendrían mayor efecto que algunas pancartas exigiendo el final de la guerra en Vietnam.

La renuncia a la propagación de ideas políticas alternativas y la preferencia por las acciones de efectividad mediática les reportó a los yippies con frecuencia la acusación de ser unos simples bufones de la sociedad capitalista mediática y unos suministradores de la industria sensacionalista. Es cierto que no creían en la efectividad de la concienciación y la transmisión argumentada de informaciones. En su lugar afirmaban: «The myth makes the revolution» (el mito hace la revolución), e intentaron instrumentalizar para este mito la fijación por los acontecimientos de la prensa estadounidense: «¡Todo guerrillero ha de saber cómo puede valerse del terreno de la

Phyllis Schlafly fue una de las críticas más contundentes de la propuesta de cambios de la ERA (*Equal Rights Amendment* = Enmienda de Igualdad de Derechos), que debía conceder a las mujeres derechos iguales en toda una serie de aspectos, y portavoz de la por desgracia exitosa campaña conservadora en su contra. Se convirtió en víctima de Kay, con ocasión de la celebrada concesión en 1977 del premio «National Women's Freedom Award». Al día siguiente se podían ver en todos los diarios del país las fotos de Aron coronando el pastel en su objetivo y Schlafly sacándoselo de los ojos. La celebración en sí misma quedó en un segundo plano, y la televisión, excepcionalmente, no emitió nada al respecto. Corre el rumor de que las direcciones de las cadenas de televisión habían acordado ignorar los *pienings* (pastelazos), como venganza por el pastelazo realizado por Aron unas semanas antes en los estudios de la NBC. Más tarde Kay se presentaría a la alcaldía de Nueva York con el lema: «Vota a Kay y pégale un pastelazo en la cara a las autoridades», e hizo un llamamiento a no dejarse amedrentar por el boicot televisivo, sino proceder a montar un movimiento nacional: «Trabajadores, empastelad a vuestros jefes; jóvenes, a vuestros maestros; inquilinos, a vuestros caseros».

Yipster Times, mayo 1977, cit. *Blacklisted News, Secret Histories from Chicago '68 to 1984*, pp. 288-307.

Desde la quema pública de los llamamientos de incorporación a filas para la guerra yanqui contra Vietnam y la quema de sujetadores, ningún otro método de protesta había despertado tanto entusiasmo público como el lanzamiento de pasteles. Nunca carente de fantasía, Kay le tiró un pastel también al promotor del LSD, Tim Leary. Escupió a John Ehrlichmann, cuando los cómplices de Nixon le arrebataron su tarta, y falló por un pelo con Ronald Reagan y Billy Carter (el hermano de Jim). Su objetivo favorito, sin embargo, fue seguramente «Holy Harvey» Balwin, un teleevangelista que una vez apuñaló a un activista gay en California.

«¡Cread bandas!»

La mayoría de las buenas acciones con pasteles fueron llevadas a cabo por grupos de gente. Tuvieron éxito durante mucho tiempo sobre todo grupos como los Groucho-Marxistas canadienses, de Vancouver, y los Revolutionary 3 Stooges Brigade (R3SB) de Dayton, Ohio. Ambos grupos llevaron a cabo numerosos «pie-jobs», en el curso de los cuales los lanzadores de pasteles consiguieron siempre escapar inermes gracias a la colaboración de numerosos cómplices. A finales de 1977, los políticos canadienses que se dirigieran a Vancouver sabían que tenían que contar con que se realizara un ataque pastelero contra ellos por parte del Partido Anarquista de Canadá (corriente groucho-marxista) o la New Questioning-Coyote Brigade. El líder de la oposición, Joe Clark, se mostraba partidario públicamente de un «pastel conservador» y pronto recibió él mismo

La marcha yippie por Billy Graham

Cuando, el 4 de julio de 1970, el presidente Nixon movilizó al pueblo americano a favor de la guerra del Vietnam, coincidiendo con el «Honour American Day», el día de la declaración de independencia, también los yippies se hicieron eco de la invitación y convocaron para ese mismo día un «Independence Smoke-in» (una fumada por la independencia). Fueron más de 25.000 personas las que se juntaron en el monumento a Washington. A algunos cientos les pareció genial la idea de interrumpir, totalmente colocados, la arenga del telepredicador ultrarreaccionario Billy Graham al otro final del Estanque de Reflexión, junto al Memorial

La marcha yippie por Billy Graham ...

Lincoln. Unos 200 se tiraron al estanque y lo vadearon en silencio para dirigirse hasta la tribuna del predicador. El resto de freaks los siguieron desde el borde del estanque. Se inició así «The March on Billy Graham». Cuando Graham se dirigió a sus fieles y les pidió que dieran un paso hacia delante para recibir la bendición de Cristo, los yippies acababan de alcanzar la tribuna de oradores y empezaron a cantar «Fuck Billy Graham» (jode a Billy Graham). Les siguieron otros estribillos como «Ho Ho Ho Chi Minh». Cuando la policía intentó hacer retroceder a los inoportunos freaks dirección al agua, los hermanos y hermanas que

cultura que intenta destruir!» (J. Rubin) El mito del yippie no debería describir ninguna posición concreta, sino crear un escenario abierto, perfilado por alusiones, en el que se puedan vivir los sueños y fantasías: «El misterio del mito del yippie consiste en su absurdidad. Su enunciado fundamental es un trozo de papel vacío» (J. Rubin). Los eslóganes como «Fuera del Vietnam», según su concepción de la política, pueden ser informativos, pero no pueden crear mito. Justamente la aparente falta de sentido de muchas acciones así como las imágenes drásticas y efectistas son la materia a partir de la cual se tenía que tejer este mito. Rubin y Hoffman estaban convencidos de que del solo hecho de que se informase públicamente de sus actividades opositoras ya resultaría un efecto de cambio de la sociedad y de las conciencias: «La simple idea de una "historia" ya es en sí misma revolucionaria; puesto que la "historia" ya implica la destrucción de la vida normal. [...] El medio de comunicación no transmite "noticias", sino que las crea. Un acontecimiento no sucede hasta que aparece en la pantalla, entonces se vuelve mito [...] Es igual lo que puedan decir de nosotros. Las imágenes son las que hacen la historia» (J. Rubin). Aquí se ve claramente la influencia que tuvo Marshall McLuhan, con su «el medio es el mensaje», sobre la práctica política de los yippies. El movimiento estudiantil europeo se dejó inspirar en buena parte por las formas políticas de los yippies (y las acciones de la ⊙ Kommune 1, que procedió de manera muy similar en la misma época). En los propios EEUU el mito de los yippies conservó su fuerza hasta bien entrados los años 80 y sirvió de ejemplo para numerosos grupos. ⊙

uno con recomendaciones de Brent Taylor, miembro de la New Questioning, el cual fue detenido, pero que nunca fue citado a declarar. Entre las víctimas del groucho-marxista Frankie Lee figuraron el otrora radical Eldrige Cleaver, el psicocirujano José Delgado, que se vio premiado con una mezcla de ketchup y sesos de ternera, y dos ministros del Gobierno Trudeau. Cada diana era celebrada con un comunicado de reivindicación a la prensa.

A diferencia de la prensa estadounidense, que gustaba de informar sobre los pasteles volantes, la prensa canadiense le reprendía a sus políticos su reacción condescendiente. Un comentarista lloriqueaba: «Los terroristas fanáticos secuestran aviones, los cobardes tiran pasteles [...] El lanzamiento de pasteles es un método para salir bien librado». Las bombas de calorías no representaban nada para ellos. (Brent Taylor, por cierto, sería condenado más tarde a 15 años de cárcel por poner bombas «de verdad», entre otros sitios, contra una fábrica de misiles Cruise.)

A diferencia de otras bandas canadienses de pasteles, la «Revolutionary 3 Stooges Brigade» buscó sus objetivos principalmente entre las personalidades locales como, por ejemplo, el portavoz de la Central Eléctrica de Dayton y un policía de los comandos de intervención especial SWAT. «Éste fue un asesinato pastelero típicamente local, sin significación nacional. En el día a día los cabrones locales desempeñan normalmente un papel mucho más importante que cualquier abstracta personalidad nacional. A todos les encanta saber que el tipo que les sube el recibo de la luz ha sido alcanzado por un pastel». Más tarde, el señor de la electricidad negaría ante la prensa haber recibido jamás un cobertura pastelera. «Todo es posible», contestó la Brigada, «pero entonces es que siempre va por ahí con la cara pringada de pastel» (*Blacklisted News*, 1983, pp. 288-307).

¡Cuidado! Los adversarios devuelven el golpe

La facilidad con la que los lanzadores de pasteles empringaban a sus presas para luego esfumarse condujo a que el fanzine anarco canadiense *Open Road* proclamase la semana del 4 al 11 de noviembre de 1977 como «Semana Internacional del Pastelazo en la Cara». Aun así, la vida de los lanzadores de pasteles está llena de peligros. Billy Carter y el rey de los cowboys Roy Rogers tuvieron que ser sujetados para que no dieran una paliza a los activistas. Después de todo, el pasteleador del rey de los cowboys había logrado lo que cientos de héroes cinematográficos no habían conseguido: plantarle un flan con nata entre las dos cejas. El rey declararía luego quejumbroso: «Me encantaría meterle una hamburguesa Roy Rogers hasta el gaznate».

Como mínimo dos lanzadores de pasteles acabaron en el hospital. En 1978, una persona desconocida le lanzó un pastel a Frank Rizzo, el antiguo jefe de Policía y luego alcalde de Filadelfia, durante una conferencia. «Ratzo» ordenó a sus matones dar una paliza al joven durante quince minutos delante de todo el público, y luego lo fue a visitar al hospital para amenzarle con una denuncia si se le ocurría hablar con la prensa. El joven renunció a presentar denuncia, y el asunto no apareció en los media.

En verano de 1973, Pat Haley, redactor de la revista underground *Fifth State*, se propuso acabar con la aureola mágica que algunos antiguos activistas políticos organizaban en torno al guru Maharaj Ji. El pastel de Haley, disfrazado de ramo de flores, fue a parar entre las mandíbulas del guru. ¡DIOS EMPASTELADO!, lucían los titulares. Los matones del guru se pusieron a cien. Dos de ellos se colaron en la vivienda de Haley y lo dejaron inconsciente a martillazos. Maharaj Ji les soltó una reprimenda, y Haley se llevó una fractura craneal.

Con pasteles contra la mojigatería moralizante

El primer pastel político fue lanzada el 14 de mayo de 1970 por Tom Forcade, un legendario «yippie profesional», el cual le reportó mucho dinero al movimiento con el contrabando de drogas blandas. Forcade era el dirigente oficial del Underground Press Syndicate y, en cuanto tal, recibió una citación para declarar en la comisión de censura, la «Comisión Presidencial sobre

La marcha yippie por Billy Graham .

se habían quedado en el Monumento a Washington decidieron apoyarlos. No serían menos de mil las personas que saltaron ahora al agua, mientras que otras alzaban sus puños cerrados y cantaban: «Smoke Dope, get high, all the pigs are gonna die» (fuma costo, colócate, todos los cerdos van a morir). Algunos cristianos se mantuvieron firmes, pero la mayoría abandonaron la plaza con los nervios deshechos. Los yippies habían ganado. Ese mismo día se producirían enfrentamientos callejeros muy graves en las calles suntuosas de Washington.



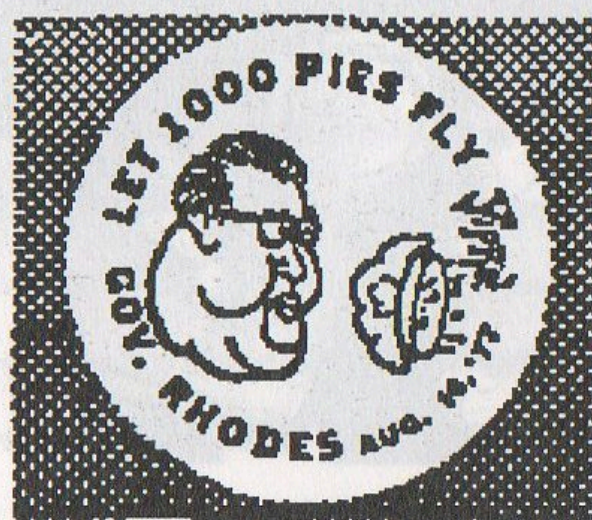
Pornografía». Se presentó disfrazado de cura y leyó una larga lista de fanzines underground demandados por «pronografía» así como un posicionamiento iracundo, que terminaba sin muchos rodeos: «Por lo tanto, iros a tomar por culo vosotros y vuestra censura». A continuación, le metió un pastel en la cara al miembro de la comisión Otto N. Larson. La foto del acontecimiento apareció en la primera página del diario neoyorkino *Daily News* y en casi todo el resto de diarios del país.

Siete años más tarde, el alcalde republicano de Cleveland, Ralph Perk, intentó iniciar una cruzada contra la «pornografía y la inmoralidad», que incluía desde el *Playboy* hasta el hachís. El día de la inauguración de la sede central de coordinación de su campaña para la reelección, la yippie Sue Kuklick se presentó en la sala con una falda larga y una peluca rizada para colocarle un pastel de fresas y riobabo en pleno rostro. Más tarde sería invitada a café por los funcionarios de policía de la ciudad (Cleveland ha sido siempre una ciudad de tradición demócrata), que la dejaron marchar por la puerta de atrás. Sue declararía más tarde que lo había atacado por los malos tratos infligidos por éste a las prostitutas y por «llevar a cabo una guerra moral mojigata contra la pornografía, mientras que por principio ignoraba los intereses de los pobres». Perk sufriría luego un enorme revés electoral.

A un arzobispo de Minneapolis, enemigo de los homosexuales, la ira del Señor le llegó de forma similar. Un activista gay (el lema de su grupo era «caricias y revolución») se fue primero al peluquero, se compró luego una hamburguesa (por si no hubiera nada que comer en la cárcel) y, así preparado, se fue a un banquete de beneficiencia del arzobispo antigay. Allá se dejó fotografiar junto a él dándole la mano, antes de colocarle en pleno rostro un pastel de chocolate adquirido en la pastelería local.

El gobernador James Rhodes había enviado en 1970 a la Guardia Nacional al campus de la Universidad de Kent State para disolver brutalmente un acto en contra de la guerra. Cuatro estudiantes resultaron heridos de bala. A los pocos días perdió la reelección, pero en 1974 volvió a reaparecer y recuperó su puesto. Durante la inauguración de las fiestas del estado de Ohio, Rhodes recibió su bien merecido pastel de crema y plátanos. Se dice que en la autopista se oyeron los bocinazos y gritos de alegría durante kilómetros cuando la noticia fue emitida por la radio. Rhodes hizo detener al lanzador e intentó que se le juzgase por heridas corporales a consecuencia del pastelazo. El día antes del juicio, el lanzador del pastel demostró que eso era imposible. Rompió todos los récords habidos y por haber al hacerse lanzar por amigas y amigos un total de 26 pasteles (de lo que informaron todas las cadenas de televisión locales). Los jueces lo absolvieron en el acto, aunque no quisieran verle la gracia a la acción.

En Europa, por lo que se sabe, el lanzamiento de pasteles nunca tuvo mucho



arraigo. Por supuesto que se le ha tirado de todo lo imaginable a los detentadores del poder en sus apariciones públicas –al otrora primer ministro holandés Lubbers, por ejemplo, se le vino encima media tienda de hortalizas en una mani antirracista por su hipócrita política de extranjería, y quién no se acuerda de los huevos que corrían por las gafas de «el Gordo de Oggersheim» (el entonces canciller alemán Helmut Kohl; N. T.)–, pero auténticos asesinatos pasteleros se han producido en pocas ocasiones. Sin embargo, en Gran Bretaña sí que se produjeron algunos atentados. En 1977, el prominente político conservador Michael Hesseltine se vio coronado con un pastel de nata y manzana durante una conferencia en la Universidad de Leeds. Su compañero de partido David Frost, por el contrario, tuvo que trasladarse hasta Nueva York para disfrutar del placer de «a pie in the eye» (un pastel en el ojo). A principios de los años ochenta, también el príncipe Charles fue alcanzado en la geta real por una lanzadora de pasteles durante una visita a una asociación de vecinos de Manchester. Y Tony Benn, la divinidad del ala izquierda dentro del Partido Laborista, recibió en 1982 un pastelazo entre oreja y oreja, cuando estaba hablando, en Gales, en una reunión sindical sobre «el derecho al trabajo». El público se quedó tan sorprendido que el lanzador del pastel aún tuvo tiempo de hacerse con el micrófono y gritar: «lárgate a otra parte con tu derecho al trabajo». A continuación fue expulsado de la tarima y entregado a la policía que lo dejó marchar.

En el Estado español los pastelazos políticos tampoco tienen mucha tradición, aunque recientemente el movimiento okupa ha hecho sus primeros pinitos en la «materia». Las okupas de Gerona quisieron agradecerle al alcalde, Joaquim Nadal, el celo profesional que le llevó a asistir en directo al desalojo del Centro Social Okupado de «Els Químics», y uno de sus miembros le plantó un buen pastelazo al alcalde, cuando éste inauguraba la Feria de flores de Gerona el 13 de mayo del 2000 (○ *Dígaselo con un pastel*).

Pastelillos belgas

Un caso aparte es el del belga Noel Godin. Es un invitado temido en Bélgica y Francia, donde desde hace veinte años persigue a filósofos, políticos y gente de la prensa especialmente ambiciosos. Hace poco que escribió una autobiografía, *Cream and Punishment* (algo así como «Nata y castigo»). Entre sus víctimas se encuentran el divo de los media Jean-Luc Godard y la escritora Marguerite Duras. En su última aparición como invitado en el Festival de Cine de Cannes alcanzó al nuevo ministro de Cultura francés en su primera aparición pública. Sin embargo, el objetivo preferido de Godin es el maestro-filósofo francés Bernard-Henri Lévy. Lévy, tan sensible él que un día declaró: «Cuando descubro una nueva tonalidad gris, me salgo de mis casillas», explicaba en otro momento y lugar que a las mujeres no se les debería dejar manejar dinero, y se

Dígaselo con un pastel… al alcalde de Gerona



refirió a sus propios talentos como «un paisaje que no tenía un lugar fijo en la topografía cultural clásica». A comentarios así le debe un asedio pastelero durante años. «Él es el peor de todos», explica Godin, «él es la asquerosidad más grande de este decenio».

Su popularidad la alcanzó Godin, sobre cuyas acciones han aparecido reportajes de prensa entusiastas, gracias a la cuidadosa selección de sus dianas. «No quiero caer en unas cómodas ganas de sensaciones. Para cada víctima hay que presentar una razón plausible. Sitúo mis pasteles en la línea de las cartas insultantes que los ○ *dadaístas* enviaban a personalidades tan famosas como inútiles». Entretanto se concentra cada vez más en los pasteles políticos. Sorprendentemente, ninguna de sus víctimas lo ha denunciado hasta ahora. «Les encantaría hacerlo», manifiesta Godin, «pero sería nefasto para aquello que más adoran: su reputación pública. Cuando soy detenido, la mayoría de las veces los policías bromean y me vienen frecuentemente con una lista propia de futuros candidatos».

Las acciones con pasteles, según Godin, tienen que ser preparadas cuidadosamente y llevadas a cabo en equipos de al menos cuatro personas. Entre éstos se deberían encontrar, además de un ayudante para pasar el pastel, también un cámara para la documentación en directo. «Es importante no tirar el pastel, sino ponerlo en su sitio», explica Godin en tono magistral, «y no preocuparse del camino de huida, aun cuando esto pueda significar que los miembros de seguridad te peguen una paliza. Está, además, rigurosamente prohibido devolver los golpes cuando a uno lo agreden físicamente. Sólo el mejor pastel es suficientemente bueno y debería ser comprado poco antes de la acción en una pequeña pastelería local. La calidad es lo más importante, puesto que si una acción se va al carajo nos toca comérnoslo a nosotros mismos todo» (*The Observer*, 2-7-1995).

Ajuntament de Barcelona

GRACIAS A TI BUEN CIUDADANO

El Ayuntamiento de Barcelona quiere agradecerte una vez más tu colaboración.

¿Qué sería de nosotros, pobres burócratas, si los buenos ciudadanos como tú no apoyaran entusiasmados todos nuestros planes?

Por ejemplo las olimpiadas. ¡Con qué satisfacción has acogido el proyecto!

Aunque los precios de las viviendas y los alquileres se tripliquen, aunque construyamos el segundo cinturón sin cubrir, aunque expulsemos de Barcelona a todos los ciudadanos feos y pobres... da gusto verte colaborar.

Es natural. Tú, como buen ciudadano, también deseas una Barcelona "guapa". Y como buen demócrata has comprendido que debes apoyar a las instituciones, para que las instituciones podamos apoyar a los especuladores, a los banqueros, a los empresarios, etc.

Aunque agradecemos tus esfuerzos hay algo que no acabamos de comprender: ¿Por qué lo haces?... ¿Acaso crees que te vamos a recompensar?..

Pascual Maragall
Alcalde de Barcelona

"El Ayuntamiento de Barcelona dá sentido a tu vida"

Circular del alcalde de Barcelona

El deterioro de imagen

El deterioro de imagen es una práctica que, por un lado, recurre a ○ *fakes* y falsificaciones y otras técnicas de comunicación subversiva, pero, por otro lado, también a la militancia «pura y dura». El deterioro de imagen persigue dañar de manera duradera la reputación de una persona, un grupo, un partido, una ciudad o un país, y de tal manera golpear donde más les duele a aquellos que quieren dar una sensación positiva de sí mismos (normalmente a cuenta de otros) y que juegan con la imagen de un mundo bueno y bonito. Esto es especialmente efectivo cuando hay terceras personas afectadas (por ejemplo, consumidores, veraneantes o un jurado), cuya actuación o no actuación se pueda ver afectada por la imagen de la «víctima».

El deterioro de imagen se fundamenta, en cierto sentido, en una inversión del principio burgués de representación: en vez de los representantes legitimados, son los grupos no legitimados los que intentan determinar la representación de la totalidad. Los alborotadores confían en que su mal comportamiento se vea proyectado sobre todo un grupo (por ejemplo, «los alemanes», «los barceloneses» o «los veraneantes») o que, al menos, así sea visto por terceras partes o por las instancias «oficiales». Con frecuencia se hace uso de la propia mala imagen, al realizar justamente todo aquello que los media siempre achacan a «los asociales»: los autónomos realizan o amenazan con destrozos, los punks lían caos y jaleo, los drogatas trafican con drogas, etc. De esta manera se consigue instrumentalizar la manera de funcionar de los media, puesto que al actuar así no se persigue una información «buena» en la prensa, sino sobre todo alcanzar una buena presencia mediática: «Los media no se utilizan para presentar como deseable un determinado objetivo político, sino que sirven para dar a conocer una determinada mentalidad». Ejemplos bonitos de deterioros de imagen logrados son las acciones contra la celebración de los Juegos Olímpicos en Amsterdam y Berlín. Los argumentos elaborados en contra de los gastos que suponen, la locura de los macroproyectos urbanísticos y, en Berlín, la problemática histórica en cuanto a lugar de celebración habrían sido ciertamente escuchados, pero desde luego no tomados en consideración. Sin embargo, la estrategia del deterioro de imagen, por medio de un gran número de acciones muy diversas y la utilización acertada de los modos de funcionamiento mediáticos, provocaron la confusión y la ira tanto del Comité Olímpico Internacional como de los políticos y los media locales.

Agentur Bilwet:

Cuando las ciudades se presentan como candidatas para la organización de los Juegos Olímpicos, acostumbran a contratar a los denominados especialistas de la comunicación, cuya tarea es convencer tanto a la propia ciudadanía como a los miembros del Comité Olímpico Internacional. Tanto en Amsterdam (1984-1986) como en Berlín (1992-1993) se



crearon los autodenominados comités NOlympics que, al contrario que las candidaturas oficiales, intentaron transmitir a los gremios de decisión internacionales una impresión negativa duradera acerca de la situación en dichas ciudades. Dado que la presentación de candidaturas olímpicas se concibe principalmente como una campaña de imagen, la sola presencia mediática de las opositoras produjo ya efectos contundentes. En Barcelona también se crearía un comité NO'92 contra las Olimpíadas que, sin embargo, no tendría tanta incidencia como aquellos comités.

Amsterdam

En Amsterdam un grupo relativamente pequeño de activistas logró éxitos mediáticos máximos. Lo más importante fue que se consiguió instrumentalizar a los media a los niveles más diversos: «Trabájese la prensa local con argumentos locales, empléese un lenguaje algo más duro en la prensa propia, intervéngase en la radio con consideraciones acerca del interés nacional y hágase llegar, de manera continuada, correspondencia con los membretes más diversos a miembros del COI en todo el mundo» (*Agencia Bilwet*, 1991, pp. 92 s.). El emblema olímpico con los cinco anillos fue desvalorizado por su uso exagerado. Las activistas actuaban a los niveles más diversos. Así, por ejemplo, de cara a la opinión pública acomodada, consiguieron que una representante destacada del espectro liberal de izquierdas se presentara a su lado. Esta mujer no tenía nada que ver con las acciones en parte ilegales y pudo, por lo tanto, aparecer como moderadora para las actividades legales.

El movimiento NOlympics de Amsterdam copió los métodos de sus oponentes. El comité oficial de preparación había enviado un vídeo, como regalo personal, a todos los miembros del COI. Dejándose llevar por esta idea, también el movimiento NOlympics envió un vídeo que presentaba la verdadera cara de Amsterdam con todos sus encantos (zanjas de obras, cagadas de perro, hachís, robos, etc.). Acompañada de una carta falsificada del alcalde de Amsterdam, unos desconocidos enviaron a los miembros del COI, además, una bolsita de marihuana: «Después de los diamantes sudafricanos, ahora le enviamos algo con lo cual alegrarle el espíritu. El Comité Olímpico Holandés quisiera hacerle conocedor de uno de los productos típicos de Amsterdam. Esperamos, de esta manera, ejercer una influencia positiva sobre su decisión. Nuestro producto nacional se puede adquirir en más de 500 locales legales de venta. Y sobre todo no haga caso de la creciente oposición en Amsterdam» (*Agencia Bilwet* 1991, p. 93). Y así se fueron desarrollando las cosas. Los invitados de la Federación Internacional del Deporte fueron atacados con pintura, huevos y tomates podridos durante un recorrido turístico por los canales; en los 67º Campeonatos Internacionales de Golf aparecieron tres agujeros completamente excavados, y otros actos

Sylt para todos

Isla de Sylt, Mar del Norte, marzo de 1995. Se hacen oír las voces de las ciudadanas («la burguesía de Sylt») que, debido a la oferta de «billetes baratos» por parte de los Ferrocarriles Alemanes, temen una «inundación» del lugar de recreo de ricachones por parte de «turistas baratos». La reacción es inmediata por parte de la «Guerrilla Playera de Hamburgo». Bajo el lema de combate «Sylt für alle, sonst gibt's Krawalle» (Sylt para todos, sino habrá altercados), el 25 de marzo de 1995 se juntaron en la estación de trenes de Hamburgo-Altona, a les 5'30 (¡de la madrugada!) unos 200 autónomos para una visita de

SPUR

Gruppe Spur/Subversive Aktion

«Nosotros hacemos a todo el mundo partícipe de nuestro jolgorio» postulaba el grupo SPUR en su «Manifiesto de enero» de 1961. «Boicotead todas las convenciones y sistemas dominantes, considerándolos todos sólo jolgorios malogrados... Todos los problemas del mundo se resolverán por medio de la realización del jolgorio situacionista: el problema Este-Oeste, la cuestión argelina, el problema del Congo, los desórdenes de medio pelo, los procesos por blasfemia y los acosos sexuales».

La mayor parte de los miembros posteriores del grupo SPUR fueron reclutados entre los estudiantes de Pintura de la Academia de Múnich que, por causa de sus críticas a la industria del arte, fueron excluidos de las clases normales. Pero por lo que se refiere a los propósitos de la guerrilla de la comunicación, el grupo no empieza a resultar interesante hasta 1959, cuando prepararon un congreso de la Internacional Situacionista (IS) en Múnich. El anagrama del grupo (SPUR = pista, huella) es una tergiversación del anagrama de la cadena de supermercados alemana SPAR (ahorra).

SPUR-Buch. Múnich, 1962. Dentro los números 1-7 de la revista *Spur*.

En sus textos es evidente una fascinación de tono bullanguero por las formas discursivas situacionistas; sus proclamas y manifiestos también hacen uso de un vocabulario que reúne elementos místico-religiosos, políticos y literario-patéticos en demandas y visiones a la vez formales y frívolo-

de sabotaje reforzaron los argumentos de los NOlympics de que Holanda no estaba en condiciones de asegurar los actos deportivos contra tales «atentados».

Los miembros del Comité Oficial de la candidatura tuvieron que pronunciarse cada vez con mayor frecuencia respecto al movimiento de NOlimpics. Pero poco a poco los media y las autoridades captaron de qué iba la cosa y reaccionaron con un silencio total. Pero cuando en agosto de 1996 se produjeron dos atentados con bomba de las Células Revolucionarias con una referencia específica al movimiento de NOlympics, el tema volvió a aparecer en la prensa. Pero la auténtica clave de todo estuvo en la extensión de las acciones a los encuentros internacionales del COI. Las acciones perturbadoras allí garantizaban una cobertura mediática máxima. A la sesión decisiva del COI en Lausanne, en septiembre de 1994, el movimiento viajó con dos bandas de punk y otros grupos oportunos. Por todos lados donde aparecían, dejaban montañas de basura como ciudadanas de Amsterdam. Hubo que organizar permanentemente manifestaciones escandalosas ante el lugar oficial de reuniones para la prensa mundial («típica manifestación amsterdamesa»: salir del autobús, liar un buen follón durante una horilla y volver al autobués hasta la siguiente puesta en escena). Aun con todo, al final Amsterdam consiguió 5 de los 130 votos.

«Aprender de Amsterdam es aprender a vencer» podría haber sido el lema del movimientos

Sylt para todos .

cortesía a los «peces gordos» de Sylt. Protestan contra la petición de exclusión de Sylt del ámbito de validez de los billetes de fin de semana de 15 marcos (por 1.300 pts. se puede viajar en fin de semana a cualquier punto de la RFA; N. T.), en tanto que «ataque directo contra las masas proletarias», y convocan a «un día de caos político» en la isla de Sylt. El momento álgido se alcanza en Westerland, capital de la isla, cuando «50 autónomos» son detenidos por provocar destrozos en un vagón de tren por valor de 30.000 marcos (dpa, 26-3-1995).

paródicas. Hay que resaltar, por lo demás, que el grupo SPUR era una típica alianza de hombres de los años 60, en las cuales las señoras sólo estaban previstas para mecer las tetas y hacer el desayuno.

Sus manifestaciones blasfemas provocaron un gran escándalo en el clima político-cultural de principios de los 60. Algunos de sus textos les supusieron denuncias ante los tribunales muniqueses. Y eso a pesar de que se trataba de pasajes extraordinariamente jocosos como: «El cardenal nos ha dejado. En vano estuvimos esperando a la bendición del Ejército federal en su cruzada contra el Este. Lo mismo nos quedamos esperando a que algún día el cardenal nos cediera su lugar en el púlpito para dejar libre el camino a nuevos experimentos mitológicos. Y también esperamos la tanto tiempo anhelada entrega de las mujeres y de las otras iglesias para destinarlas a aquello para lo que en realidad estaban previstas, la celebración de nuevas fiestas orgiásticas y juegos extáticos fundamentados en la participación activa de todos». En la vista del recurso, el castigo por «divulgar escritos obscenos, escarnio de la religión y sacrilegio» quedó reducido de cinco meses y dos semanas a «sólo» cinco semanas en libertad condicional. Los tiempos empezaban a cambiar.

Otro campo de actuación del grupo fueron las provocaciones contra la industria del arte establecida. Así, por ejemplo, con ocasión de la inauguración de una exposición, hicieron oír una cinta con un discurso fakeado (◯ fake) del filósofo y físico Max Bense —el posterior filósofo oficial del movimiento del 68 en Stuttgart— acerca de

Berlín

de los NOlympics de Berlín («Contra unas Olimpíadas de los ricos, deporte popular para todos»). Aun cuando la oposición amsterdamesa tenía ciertamente una base relativamente amplia en los barrios afectados, lo cierto es que fue un pequeño núcleo de activistas el que determinó la imagen de los NOlympics holandeses. En Berlín, por el contrario, el movimiento contra las Olimpiadas se caracterizó por acciones masivas y de fuerte y variada militancia («Jóvenes, entrenaos para la Olimpiadas»). Con más de 70 acciones militantes, la escena política de Berlín consiguió hacer honor una vez más a su reputación.

A partir de 1992 empezaron una cadena de acciones: rotura de cristaleras en empresas olímpicas, perturbación del funcionamiento, pintadas en la ciudad, etc. Cuando pequeños artefactos incendiarios hicieron saltar los dispositivos antiincendios de tres centros comerciales, los daños ascendieron a millones de marcos. Junto a otros atentados, se llevaron a cabo también otro tipo de acciones de mayor efectividad pública como, por ejemplo, el secuestro del Estadio Olímpico, en enero de 1992, de una placa en memoria del organizador de las Olimpíadas de 1936, Carl Diem. Al no ser cumplidas las exigencias del comando, que se puso de nombre el del gerente de la empresa gestora Olympia GmbH, Lutz Grüttke, la placa fue reducida, como se anunció, a un montón de birutas. El Anti-

Los osos de Berlín



términos como continuidad, coincidencia, información estética, perfección, civilización, el mundo de los signos y el de las señales.

El grupo SPUR no tuvo ni un año de duración. Ya en 1962 tuvo que comparecer ante el tribunal de la IS: «A la vista de la oposición de ciertos elementos de la sección alemana contra la IS desde la conferencia de Gotemburgo y, sobre todo, del contenido del número 7 de la revista Spur, de la desconfianza así como la enemistad de este grupo respecto a compañeros que siguen las indicaciones de la IS en Alemania y fuera de ella así como su colisión ahora indiscutible con algunos círculos dominantes de la cultura europea», casi todos los miembros del grupo SPUR fueron excomulgados de la IS según uno de sus habituales rituales de expulsión. Al poco tiempo se produjeron tensiones dentro del grupo que pronto condujeron a su disolución.

Independientemente de esto, el grupo SPUR fue la base del pensamiento político y las formas de acción que constituyeron el centro de las actividades de Subversive Aktion, un grupo que fue fundado casi como grupo sucesor. Acción Subversiva, como se puede leer en el libro del mismo nombre, fue un pequeño grupo de «intelectuales esotéricos» que, a principios de los años 60, discutía

Internacional Situacionniste (1958-1969), vol. I, Madrid, 2000.

Dreßen, Wolfgang/Kunzelmann, Dieter/Siepmann, Eckhard (ed.): *Nilpferd des höllischen Urwalds. Spuren in eine unbekannte Stadt – Situationisten, Gruppe Spur, Kommune 1*, Berlín 1991.

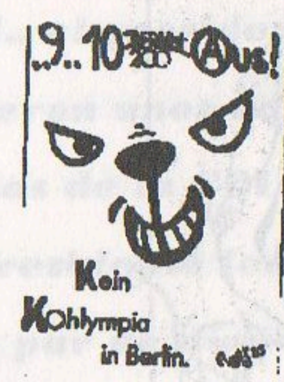
Böckelmann, Frank/Nagel, Herbert: *Subversive Aktion*, Frankfurt, 1976.

Olympia-Komitee (AOK [siglas que coinciden con las de la principal mutua de enfermedades; N. T.]) se convirtió en bisagra entre el ala política legal y los grupos que operaban ilegalmente. Esto funcionó porque, en el caso de las Olimpíadas, también los adversarios tradicionales de las acciones militantes dentro del campo alternativo apoyaron, al menos para sus adentros, este tipo de acciones. Además, en este caso se contaba con la ventaja, por una vez, de no partir de una posición socialmente minoritaria. La situación era favorable a buscar el enfrentamiento con la Olympia GmbH, el Senado de Berlín y el COI. En realidad, se trató de una campaña política clásica (informes, actos y manifestaciones) que adquirió el carácter de una acción de guerrilla de la comunicación, sobre todo, por la exageración de la imagen de peligrosidad e imprevisibilidad de la escena autónoma de Berlín.

Los miembros del COI, como en el caso de Amsterdam, recibieron diversas cartas en las que se ilustraban las ventajas de Berlín desde una perspectiva autónoma. También se envió un vídeo «violento», en el que se mostraban imágenes del amplio movimiento militante y sus actuaciones más importantes en el pasado, y que concluía con una persona enmascarada que jugando con una piedra en la mano anunciaba: «We will wait for you» (Os estamos esperando). Los NOlympics especulaban con la idea de que los destinatarios se

Los osos de Berlín





Berlin gegen Olympia

en círculos descentralizados, las llamadas «microcélulas», acerca de psicoanálisis y marxismo, teoría crítica y surrealismo. Sus principios políticos, sin embargo, también tendrían gran influencia con posterioridad en las formas políticas del movimiento antiautoritario, la Alianza Socialista de Estudiantes Alemanes (SDS) así como en toda la oposición extraparlamentaria (○ Kommune 1).

En el curso del tiempo se crearon pequeños grupos de Acción Subversiva en Múnich, Tubinga, Berlín, Nuremberg y Stuttgart, y luego también en Marburgo y Frankfurt.

En sus inicios, los escritos y actividades de Acción Subversiva están aún fuertemente influenciados por el principio cercano al situacionismo del accionismo simbólico (lo que Kunzelmann califica en 1975 de «mierda burguesa»). Se conciben a sí mismos como «cabecillas de la desobediencia organizada» y exigen en Directrices facultativas 2: «La crítica tiene que desembocar en la acción. La acción desenmascara el dominio de la opresión». Tras esto se esconde la idea de que el análisis no se ha de ver ya como condición previa del esclarecimiento, sino como «trampolín» para intervenir en la realidad; es decir, se trataba de provocar un encuentro directo entre teoría y práctica que por su accionar se fuera reproduciendo a sí mismo.

Una de las acciones subversivas de gran calibre en Stuttgart, con ocasión del 80.° Encuentro de los Católicos Alemanes, en 1964, debía servir para dar a conocer a la opinión pública un potencial revolucionario no fácil de

mirarían estas informaciones, aunque sólo fuera por curiosidad, y que en todo caso les dejarían un mal sabor de boca.

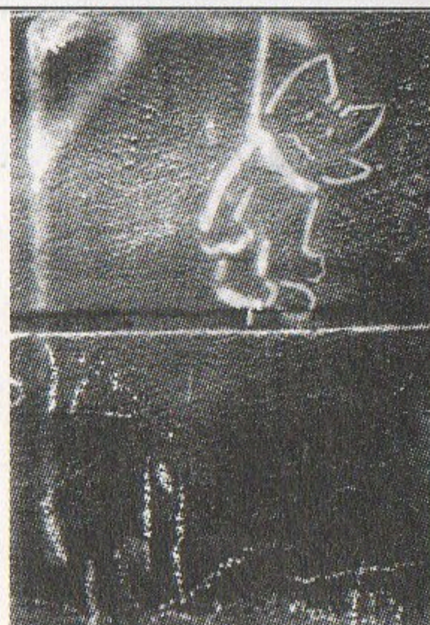
Durante una manifestación con ocasión de una visita de una delegación del COI, en abril de 1993, las calles se llenaron de gritos como «IOC - Nee, nee, nee! - Werft die Bonzen in die Spree» (No al COI, tirad los ricachos al río Spree), y los diarios reaccionaron según lo deseado: «Y entonces llega la noche, la hora de los autónomos y enmascarados...» (Stuttgarter Nachrichten, 17-4-1993). Al igual que las de Amsterdam, también las de Berlín organizaron una visita a Lausanne e hicieron valer el efecto de unos cuantos huevos con pintura en las fachadas de la sede central del COI.

Los medios de comunicación desempeñaron un papel central dentro del concepto del deterioro de imagen también en el caso de Berlín. Lo de menos era aparecer bien o mal en la prensa; lo importante era que «Berlín y las Olimpiadas» fueran siempre motivo de titulares poco edificantes. Las activistas consiguieron instrumentalizar el interés general de los media por el sensacionalismo. Aun cuando los media fueron conscientes de este mecanismo, no supieron cómo escapar al efecto de las diferentes acciones. El que Berlín quedase, finalmente, fuera de la carrera olímpica, en septiembre de 1993, se debió a varias causas: el racismo en Alemania, el rechazo mayoritario de la población berlinesa y,

Los cobis NO'92 de Barcelona

Carce-Lona 92
MARCA REGISTRADA





etiquetar y, al mismo tiempo, ayudar a crecer al pequeño grupo ya existente en Stuttgart. El objetivo era convertir el Encuentro de los Católicos en un gran happening y conseguir así llamar la atención sobre los encantos de otra vida muy diferente. Sin embargo, la cosa se quedó en un intento, con excepción de una enganchada de carteles. A consecuencia de ello, se produjeron en la historia de la República Federal las primeras y únicas detenciones por sospecha de blasfemia. Dado que los detenidos llevaban consigo una lista con el nombre de todos los participantes, todas las demás acciones se vieron frustradas. Y eso que habían planeado cosas la mar de bonitas: conquista de micrófonos para perturbar el Encuentro de los Católicos con sermones propios y trasladar la misa a unos grandes almacenes; jugaban con ideas como la de colocar una estrella de Mercedes en la cruz del altar o cambiar los indicadores de «Hacia el Encuentro de los Católicos» por el de «Hacia la Fábrica Mercedes», etc.

Una lista con ocurrencias para la Documenta de Kassel, al parecer, tampoco pasó de la fase de elucubración de ideas divertidas. Entre las propuestas había el «reparto de invitaciones para la inauguración a institutos de bachillerato y direcciones importantes sacadas de la guía telefónica de Kassel», «manipulación de cartas a los periódicos que aclaren nuestro punto de vista (el arte como mercancía / el arte como absorción de lo utópico y revolucionario)», «cartas de la Oficina de Turismo de Kassel a la high society con el ruego de participar, por el monto de 2.000 marcos, en vernissages, batidas de caza de lujo y bailes de sociedad», o: «Al final de cada

sin duda también, a la estrategia del deterioro de imagen.

El aplauso del lado no deseado

El deterioro de imagen no es sólo pensable en el marco de grandes campañas y no funciona sólo por medio de «acciones contundentes» como garante de una mala imagen. Los autónomos, lesbianas o comunistas pueden llevar al adversario político a una posición incómoda empezando a apoyarlo a viva voz. Así, por ejemplo, seguro que no se alegró mucho Richard Nixon acerca de una pancarta que se podía ver en el gran «Fuck-In» yippie, en 1973, con el texto «Homosexuals for Nixon – We love Dick» («Dick» es el diminutivo cariñoso de Richard, pero también de «polla»; N.T.). En la lógica del adversario, esto representa un perjuicio para su reputación.

Si se puede hacer creer que un reaccionario comparte posiciones de la subcultura de izquierdas, se pueden alcanzar dos objetivos: por un lado, se puede hacer llegar a la opinión pública un tema político; por otro, tienen la sartén por el mango aquellos que ponen al adversario político en un callejón sin salida y, por medio del aplauso del lado no deseado, le obligan a un desmentido o a una aclaración. Por ejemplo, las autónomas de Coblenza, a principios de 1996, le pusieron el nombre del antiguo alcalde demócratacristiano de la ciudad a su casa ocupada. Lo argumentaron diciendo que, éste es

Demasiados adhesivos de la CDU en los coches

Con ocasión de la inauguración de las obras de ampliación del Archivo Alemán de Literatura en Marbach a.N., el presidente federal Herzog tenía que realizar un discurso. Con anterioridad, aparecieron unos adhesivos a todo color, con la bandera alemana de fondo y el anagrama y siglas de la CDU, firmados por el grupo local de la CDU, donde se anunciaba la visita: «¡El presidente federal viene! Roman Herzog, 13 de mayo, a las 11 h., Marbach-Schillerhöhe». Un par de días antes de la visita estaban pegados en casi todos los coches de Marbach y le proporcionaron a la CDU local no pocos improperios por parte de

vernissage dos chicas con buena presencia en traje típico (o algún uniforme) repartirán paquetes de regalo. En cada paquete habrá un trozo de mierda».

La fascinación por lo religioso se mantuvo. Con la celebración de un «Concilio en Hamburgo», que representaba el intento de delimitar una línea uniforme para todos los grupos de Acción Subversiva, se produjo un giro en la orientación del pensamiento político. La práctica subversiva, revolucionario-cultural pasó a ser considerada como simple precursora (cuestionable) o complemento de la práctica obrera preponderante. Tal como comentaron Böckelmann/Nagel, «la exigencia de Dutschke de que "uno debía poner toda su vida al servicio del proletariado" provocó un estremecimiento masoquista y a la vez narcisista».

En los tiempos siguientes, los miembros de Subversive Aktion intentaron ganar influencia dentro de la SDS para conseguir una base más amplia para sus intervenciones. Estos esfuerzos tropezaron con una gran resistencia. Para poder actuar también en contra de la voluntad de la SDS se fundó en Múnich y luego también en Berlín una «Acción para la Solidaridad Internacional», cuya primera aparición pública se dirigió contra la visita oficial del primer ministro del entonces Congo Belga, Moise Tschombé.

Los conflictos dentro de Acción Subversiva desembocaron en la expulsión de su fundador, Kunzelmann. Entretanto el grupo se había distanciado completamente de los principios iniciales del accionismo simbólico. Las razones de ello estribaron, por un lado, en el giro en las concepciones políticas que tuvo lugar al mismo tiempo que el intento de infiltración en la SDS. Y, por el otro lado, los grupos de Acción Subversiva se habían concentrado cada vez más en arrancarse de la cara la máscara burguesa, mediante el psicoterror de los unos sobre los otros, lo cual sería tematizado retrospectivamente sobre todo por las mujeres del grupo como Birgit Daiber y Sabine Goede. Llegados a este punto, la colaboración solidaria dejó de ser posible y la escisión y disolución se hizo necesaria tanto por razones de contenido como personales. ⊙

el fruto «lógico» de las experiencias tan negativas con la política traidora de los socialdemócratas (el alcalde del SPD en el cargo quería desalojar la casa), puesto que su antecesor había sido «su gran modelo en los asuntos de democracia». Éste había soltado un millón de marcos (85 millones de pts.) para reponer la estatua del emperador Guillermo en la «esquina alemana» y, por lo tanto, el antiguo alcalde, a diferencia del actual, no podía caer en el olvido (*Junge Welt*, 7-2-1996).

Crear sucesos auténticos con afirmaciones falsas

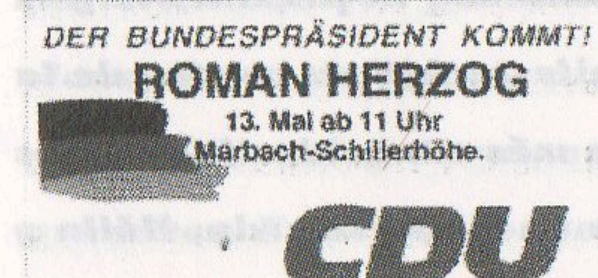
Algunos socialdemócratas podrían verse en dificultades imprevistas con manifestaciones del tipo «Los autónomos apoyan al candidato del SPD porque se opone al Jäger 90 [nuevo proyecto de caza supersónico; N. T.] y está a favor de mayor justicia social», sobre todo, si la semana antes una «horda de violentos» ha vuelto a organizar una mani de cristales rotos. A semejantes políticos también se les pueden adjudicar declaraciones que no han hecho, pero cuyos adversarios estarían encantados de oírles como, por ejemplo, a favor de la legalización de las drogas, el establecimiento de locales para yonquis o la despenalización de determinados delitos. Éste es un método ideal para obligar a los políticos (no sólo) en campañas electorales a decir cosas que por razones tácticas no dirían voluntariamente. El deterioro de imagen ayuda, así, a crear sucesos auténticos con afirmaciones falsas. Cuanto más plausible parezca una declaración de apoyo, tanto mayores serán sus posibilidades de éxito. Lo mismo sucede con Los Verdes: «Una portavoz de la Oficina para Asuntos Multiculturales del Ayuntamiento de Frankfurt calificó de "nada divertido" un fake procedente del entorno de los grupos de solidaridad con los refugiados y del Consejo de Estudiantes de la universidad. En una carta con la firma falsificada del concejal de Asuntos Multiculturales, Cohn-Bendit, dirigida a las "ciudadanas y ciudadanos de Frankfurt" se llamaba, entre otras cosas, al "boicot contra los encargados de negocios y restaurantes racistas" y se les animaba a no colaborar con "los funcionarios molestos de la Oficina de Extranjería"» (*taz*, 21-10-91).

Hay una segunda variante de funcionamiento diferente. En 1969, el grupo de guerrilla teatral Rapid Transit Guerilla Communications puso en un aprieto al candidato presidencial Richard Nixon, cuando en un acto electoral en Chicago lo recibieron vestidos de miembros del Ku-Klux-Klan y con la pancarta «The Klan supports Nixon» (El Klan apoya a Nixon). Esta acción resultó especialmente efectiva porque no eran poco los media que consideraban posible este apoyo. En los EEUU esta forma de deterioro de imagen era muy utilizada ya a

A este respecto hay en los EEUU un auténtico manual: Santoro, Victor: *Political Trashing*, Port Townsend, 1987.

Demasiados adhesivos de la CDU en los coches ...

las ciudadanas. Esto provocó que la CDU se tuviera que distanciar en una rueda de prensa: «Han aparecido llenas de adhesivos con las siglas de la CDU numerosas farolas y cristales de coches. En los mismos se anunciaba la visita del presidente federal. Estos adhesivos son falsificaciones. No proceden de nosotros. Una vez conocidas las dimensiones reales de la acción, la CDU de Marbach se ve en la obligación de tomar posición al respecto: nunca se nos ocurriría hacer una utilización partidista de la visita del presidente, y mucho menos importunar a la población con adhesivos molestos. Esta gamberrada sólo ha reportado daños a la CDU». En cualquier caso, la izquierda también puede sufrir a veces un tropezón con acciones así. En este caso, fueron los propios adversarios de la CDU los que, enfurecidos por la cara dura de la CDU, se lanzaron sobre los coches para arrancar los adhesivos y lanzar improperios contra sus autores.



Demasiados adhesivos de la CDU en los coches .

posible este apoyo. En los EEUU esta forma de deterioro de imagen era muy utilizada ya a finales de los años sesenta.

En todo caso, los que lleven a cabo acciones semejantes tienen que hacer su labor con mucho tacto. Guerrilleras de la comunicación muy experimentadas recomiendan tener cuidado de los «efectos secundarios», aun cuando no vengan indicados en el paquete. Con frecuencia, al llevar a la práctica el deterioro de imagen se juega con símbolos y lemas racistas o discriminatorios que no siempre chocan, sino que también pueden reforzar dichas tendencias sociales y contribuir a su mayor propagación.

Una práctica muy recurrida para el deterioro de imagen es obligar al adversario al empleo de símbolos por él poco apreciados. Si un neonazi, de repente, se ve obligado a residir oficialmente en la Calle Anne Frank o en la calle Erich Mühsam, seguro que no le hace gracia. Se pueden crear situaciones en las que el adversario se ve obligado a realizar declaraciones o acciones que no quiere, pero que, por razón de su lógica y valores, tampoco puede evitar. Esto es lo que consiguió Anja Rosmus (véase la película «Das unmögliche Mädchen» [La chica imposible]) en Passau, cuando envió una declaración de prensa en nombre del alcalde de la CSU (socialcristianos, a la derecha de la CDU; N. T.), en donde éste daba a conocer su voluntad de recibir en la estación de la ciudad a antiguos residentes judíos de la ciudad. No se lo había propuesto nunca, pero tuvo que seguir el juego una vez publicado en la prensa.

Apropiarse del nombre del adversario

Otra forma de deterioro de imagen tiene lugar cuando se emplean símbolos, anagramas o sellos, de manera consciente, en un contexto de carácter negativo y, a veces, incluso en acciones ilegales. El objetivo de las activistas, en estos casos, es hacer recaer la ira de los no participantes sobre el contrario, cuyo nombre se empleó para la acción. Cuanto más improcedentes y llamativas nos parezcan las paredes de calles enteras llenas de pintadas «¡Vota CDU!», tanto mayor será el jaleo para este partido. Con ocasión de las elecciones municipales en Baviera, numerosas fachadas de Regensburg ostentaban escuetamente las siglas «CSU». El efecto de una acción así resulta, de un lado, del cabreo de los ciudadanos por las «pintadas»; por otro lado, del hecho de que la CDU/CSU difícilmente podrá explicar por qué iban sus adversarios a hacer pintadas en su favor. Unas cuantas cartas a los diarios en las que se ataque esta forma de hacer campaña electoral podría suponer la guinda en un contexto así.

La buena Alemania

El 8 de noviembre de 1992 se reunió en Berlín la «buena Alemania». El presidente y el canciller federal se habían puesto a la cabeza de una manifestación en contra de la «xenofobia». En vista del aumento de los pogromos racistas —los más conocidos fueron los ataques a asilos de refugiados y viviendas de extranjeros en Hoyerswerda, Mölln y Rostock—, la misma clase política que desde hacía años venía calentando el ambiente en contra de los refugiados y personas sin pasaporte alemán quería presentarse a sí misma y a su Alemania como amiga de los extranjeros. Pero las cuentas no les salieron bien, pues

El pasteleo electoral

Algo importante acontece, cada cuatro o cinco años, en municipios, comarcas, regiones y en todo el país. Representantes de todos los partidos imaginables se lanzan a la conquista del voto de las electoras para conseguir puestos en los diferentes parlamentos y actas de diputado. La izquierda, por cierto, se ha de replantear cada par de años qué actitud tomar ante el tema del derecho de voto: ¿boicot electoral o «mal menor»? El otrora «quien da su voto, no tiene nada más que decir», sostenido a voz en grito, ha perdido su vigor o se ha quedado en una vocecilla sin fuerza. Hace algunos años que algunos grupos de la izquierda alternativa y restos procedentes de la izquierda radical vuelven a participar, de manera intensa, en todo tipo de elecciones, pegando carteles electorales y reuniendo listas de candidatas. Pero, en todo caso, de manera muy diferente a como les gustaría a Los Verdes, comunistas y demás izquierda institucional.

Justamente porque la democracia representativa burguesa escenifica el espectáculo electoral como algo sumamente importante, se abre un amplio campo de actuación para las guerrilleras de la comunicación. Al participar en el pasteleo electoral, de lo que se trata es de apropiarse con destreza del proceso escenificado, los signos y actuaciones de la lucha electoral y ○ *tergiversarlos*. A veces consiguen hacer llegar posiciones propias a la discusión pública, pero en primer lugar deconstruyen el discurso político hegemónico, a los partidos dominantes y, ante todo, las propias «escenificaciones del poder» que tienen lugar en las elecciones.

No son pocos los grupos que participan en las elecciones bajo la etiqueta de «partido». En Zúrich, donde el ○ *Müllern* (hacer el Müller) tiene ya una cierta tradición, en 1994 se presentó un grupo a las elecciones municipales bajo el nombre de «La Müllernativa». Los dos candidatos en liza fueron por supuesto dos señores: el Sr. Andreas Müller, 43 años, caballo de tiro de los partidos burgueses, y Andreas Müller, candidato de la «Müllernativa» y cabeza de lista junto con Irene Müller para las elecciones municipales. En caso de que la «Müllernativa» saliera victoriosa del embate, Andreas Müller se proponía partirse la presidencia del Ayuntamiento con Irene Müller por razón de cuotas. La escena había seleccionado su candidato alternativo de un total de 19 Andreas Müller de la guía telefónica. El segundo Andreas Müller ya había sido anunciado por adelantado haciendo circular continuos rumores. Una vez que éste se presentó en persona al escenario electoral, una campaña electoral de gran calado profesional se ocupó de que la «Müllernativa» estuviera continuamente presente en los media. Que la coincidencia de nombres provocaría gran confusión fue algo que pronto estuvo claro para todos los implicados, puesto que las electoras, según el derecho electoral zuriqués, no ponen una crucecita en la

La buena Alemania ...

entre las 300.000 personas convocadas en el Lustgarten se habían colado unos cuantos «lanzadores de huevos autónomos» vestidos de manera discreta. Apenas comenzó el discurso del presidente federal, empezaron a volar los primeros huevos en dirección a la tribuna de oradores. Estos huevos se convirtieron enseguida en piedras en la prensa alemana, tan graves como mínimo como las botellas incendiarias lanzadas contra los asilos de refugiados. Esta acción perturbadora consiguió deteriorar de manera sensible y duradera la imagen de la «buena Alemania» delante de la prensa internacional. «Porque llevamos nuestro país en

papeleta de voto, sino que han de escribir el nombre. Como se puede imaginar, los partidos burgueses quisieron impedir que se denostara así su democracia. Pero no pudieron hacer legalmente nada contra esta «coincidencia» de nombres.

Cuando en junio de 1994 «Los ingobernables - Lista Autónoma» se presentaron a las elecciones europeas, lo que pretendían era hacer uso de los anuncios electorales gratuitos en radio y televisión así como de los espacios para carteles y actividades electorales a nivel local. De esta manera querían confrontar los oídos y ojos del conjunto de radioyentes y televidentes alemanes con el mensaje contundente de la izquierda radical. Además, entre otras cosas, el grupo intentó organizar una conferencia sobre «la seguridad interna» en la Jefatura Superior de Policía de Wuppertal. Lo importante no eran los votos, sino emplear la «lucha electoral» para realizar una crítica a fondo de la situación social y, en especial, del racismo estatal.

KDP/RZ

Entretanto aparecen cada vez más grupos que no tienen nada en común con los partidos burgueses. Su motivaciones son tan difusas como diferentes son sus reivindicaciones políticas. El ○ *KPD/RZ* (Demócratas Patriotas de Kreuzberg/Centro Realista), que lo mismo se mete con la política burguesa como con la de los partidos de izquierda (como se ve, por ejemplo, con sus siglas [coincidentes con las del Partido Comunista de Alemania y las Células Revolucionarias; N. T.]), con ocasión de las elecciones de diputados en primavera de 1989, exigía la reunificación de «Alemania según las fronteras de la Nación Alemana del Sacro Imperio Romano de 1195 (Enrique IV)» (*taz*, 4-4-94). Junto a formas semejantes de exageración y la ○ *afirmación subversiva* de posiciones políticas «serias», también se encuentran manifestaciones completamente absurdas. Peticiones como «prohibir fumar en calles de dirección única» (KPD/RZ) son un ataque al gesto severo de la política oficial, a la retórica de la prudencia, la responsabilidad y la seriedad.

A las elecciones del municipio de Offenbach, en marzo de 1993, se presento la «Lista Nadie», animada por personas procedentes del espectro libertario y autónomo, a la que luego darían su apoyo otras del entorno (ex) comunista e independientes.

La idea de esta lista se vio inspirada, entre otras cosas, por algunas historietas del dibujante de cómics aragonés Carlos Azagra y por su Partido de la Gente del Bar. Sin embargo, este juego de palabras tenía ya tradición en Alemania: ya Till ○ *Eulenspiegel* se había presentado a un rico como «Nadie» para a continuación insultarlo, golpearlo y robarlo. Como se puede suponer, nadie pudo ayudar a la víctima cuando se quejó de que Nadie lo había maltratado. En 1968, los yippies nominaron al cerdo «Pigasus» como candidato a las primarias de los Demócratas contra el candidato presidencial Richard Nixon, y para las elecciones propiamente dichas al

«Nobody for President». Cfr. http://www.chessworks.com/nobody.htm

Eulenspiegel

La buena Alemania .

el corazón. Y porque nos preocupamos por Alemania» (Frankfurter Rundschau, 9-11-92)***, los comentaristas se quejaban de «que el mínimo común denominador que habíamos encontrado para corregir la imagen de Alemania en el extranjero, por medio de manifestaciones masivas, no sea compartido por todos»*** (Stuttgarter Zeitung, 9-11-92)***. Tanto los media como los políticos hicieron suya la noble misión de enderezar esta imagen: «Camorristas izquierdistas, autónomos violentos e ideólogos radicales han conseguido destruir y hacer trizas, una vez más, lo que tocaba rehacer: el prestigio de la República, la reputación del nuevo Estado reunificado»*** (Stuttgarter Nachrichten, 9-11-92)***. Y fue mejor así.***

candidato «Nobody» (nadie), porque en definitiva siempre gana Nadie. Le siguieron otras campañas de «Nobody» para diversas elecciones presidenciales: «If nobody wins, everybody wins» (si gana nadie, todo el mundo gana). Su programa prometía, entre otras cosas, la vida eterna y lavabos limpios gratuitos para todos.

La Lista Nadie intentó contraponer una crítica práctica tanto a la forma como a los contenidos de la política dominante, exponiendo con contundencia sus posiciones, pero jugando a la vez con las diferentes interpretaciones que el uso del nombre «Nadie» permite. Como regalo electoral prometía, bajo el lema «¡Nadie os regala algo!», centros juveniles, jardines de infancia y buenas escuelas, y muchas cosas más. Eslóganes del tipo «¡Vota a Nadie, pues Nadie representa tus intereses, si no lo haces tú mismo!» se valían de las formas de la propaganda electoral burguesa para criticar el principio burgués de la representación de intereses por medio de formulaciones paradójicas y equívocas. Al mismo tiempo se llamaba así a las votantes a ser políticamente activas por sí mismas. La lista sacó un nada despreciable 3,3% de los votos, que sumados a los votos nulos, los votos en blanco y a la abstención dio una amplia mayoría para los que habían votado a Nadie. La última ocurrencia de la lista fue la de fundar un Comité para la Candidatura de Offenbach a los Juegos Olímpicos de Invierno del 2008, bajo el lema de «Gebt Offenbach eine Schanze!» (¡Dad un trampolín [una oportunidad] a Offenbach!, jugando con la similitud de la palabra «Chance», oportunidad, y la palabra «Schanze», trampolín de salto, y el sarcasmo de que Offenbach no se caracteriza precisamente por reunir las condiciones geográficas y climáticas para celebrar pruebas de esquí; N. T.).

Este tipo de listas imitan los códigos de los partidos «auténticos» e ilustran cómo funciona el pasteleo electoral. La mayoría tienen un cabeza de lista, una dirección y papel de cartas con el anagrama del partido. También en sus apariciones públicas intentan imitar lo máximo posible la imagen de los candidatos y cargos electos burgueses. Una se ha de fijar bien para darse cuenta de que están muy lejos de aquello que constituye al parecer la esencia de la política partidista clásica: a saber, la seriedad, la exclusividad y el planteamiento de temas políticos supuestamente relevantes. Así aun cuando, por ejemplo, la «Liste für Sauberkeit und Demokratie» (LSD) [Lista por la Limpieza y la Democracia], en Wurtzburgo, tomó la forma de una lista electoral y declaró, de manera creíble, que su candidato a la alcaldía, Hans Pfefferl, quería «deshacerse de toda la purria de la ciudad»; éste era sólo el punto de partida, copiado de la imagen formal del resto de partidos, de lo que sería una forma de ○ *distanciamiento*. A la pregunta de por qué quería ser alcalde de Wurtzburgo, el candidato de la LSD respondió: «Para demostrarle a mi familia que sin saberme siquiera la tabla de

Was lefft, Erlanger Stadtzeitung, nº 155.

Apoyo gay-lesbiano a la campaña electoral

Taz, 20-10-95. El senador estadounidense Bob Dole se encuentra en dificultades: algunas organizaciones de gays y lesbianas le han ingresado donaciones electorales. A Dole se le considera el candidato presidencial con mayores posibilidades y sector duro de la derecha norteamericana. Su equipo de apoyo electoral devolvió apresuradamente y ofendidos el dinero; pero de repente Dole se encontró con un problema: la opinión pública de los homosexuales: «Yo creo que mis hombres no habrían rechazado el dinero, si primero hubieran hablado conmigo», manifestó un Dole acorralado, al preguntarle un periodista en



«¡Los planes del KPD/RZ son buenos porque son correctos!»

Actúan en el corazón de la bestia, en medio de Berlín. Desde 1988, como ellos mismos dicen, «son el único partido de masas de extremo centro»: los Kreuzberger Patriotischen Demokraten/Realistisches Zentrum (KPD/RZ [Patriotas Demócratas de Kreuzberg /Centro Realista], siglas coincidentes con las del Partido Comunista de Alemania y las Células Revolucionarias; N. T.). Una ojeada en el archivo del «encargado de propaganda» demuestra la decisión y el vigor con que el partido defiende su idea: «¡Kreuzberg, lo primero!» (taz, 17-6-1995). A la pregunta de qué prometen a sus electores, reconocen: «Lo prometemos todo y no cumplimos nada». A la observación de que esto no les diferencia para nada de otros partidos, sueltan un rotundo: «La diferencia es que nosotros ya decimos de entrada que nos dejamos sobornar».

Montañas de escritos de agitación, móviles sonando sin parar y los ordenadores de la oficina del KPD/RZ indican una actividad frenética. En una esquina hay grandes cajas de cartón, llenas con camistas y gorras con el emblema del partido. El «encargado de propaganda» nos señala durante una visita su última novedad: en la portada de un CD con el subtítulo «la banda sonora de la democracia» se ve al «verdadero Heino» (una especie de Rafael a la alemana; N. T.) dándolo un fuerte apretón de manos a Bela B. del grupo «Die Ärzte» (una banda punk). El contenido del disco es de perentoria actualidad: tras una «suave introducción a la política del partido» suena la canción «¡Kreuzberg, lo primero!», seguido de un discurso acerca de la financiación de los partidos, un orginal anuncio de propaganda electoral y, a continuación, «Lo que se debería saber acerca de los partidos políticos con especial atención al KPD/RZ». Para acabar se desea a todo el mundo «suerte y dinero».

Se caracterizan por su tesón, afirma el encargado de propaganda. La crónica del partido de aquellos que quieren «devolver su dignidad a Kreuzberg» (título del programa electoral de 1995) lo confirma. A su fundación en 1988, le siguió en febrero de 1989 la presentación de su «Declaración de Blücherplatz», que se considera su programa de principios. Fueron numerosas las actividades que el joven partido habría de emprender para dar un salto hacia delante: reuniones abiertas de la dirección, el esbozo de un emblema del partido, acciones para recoger dinero, elaboración de circulares a los afiliados, etc. El 1 de Mayo de 1992 llegó el gran día para los activistas del distrito de Kreuzberg, en Berlín. Por primera vez, la dirección del KPD/RZ tomaba parte en el gran desfile del 1º de Mayo. Pocos días más tarde, el partido llevó a cabo un acto informativo de gran repercusión bajo el título: «Los borrachos preguntan, los políticos responden». 14 días más tarde tenían lugar las elecciones municipales en Berlín. Con orgullo, el presidente del partido explica que en algunas mesas electorales de Kreuzberg se alcanzó hasta un sensacional 17% de los votos. A raíz del éxito arrollador, en Brandenburgo y en el Sarre se fundaron sucursales regionales del KPD/RZ. También aumentaron de manera creciente los fondos de cotizaciones.

multiplicar, puedo convertirme en un personaje conocido, guapo, rico y cotizado».

No fue hasta muy tarde que se hizo la luz en las oscuras actividades del Partido de la Ley Natural, que con sus inaguantables discursos (y políticos) consiguió elevar el pasteleo político convencional hasta esferas inimaginables y consiguió cierta fama con sus «yoguis voladores». Las amigas y amigos del Partido de la Ley Natural exigen el empleo de «yoguis voladores», una especie de brahmanes que se desplazan saltando sobre sus rodillas, en las zonas peatonales de la RFA. En Ulm le prometieron al electorado que con sólo 40 de estos personajes se lograría erradicar para siempre la violencia sin sentido de las calles de Ulm. Se nos prometió que el partido continuaría defendiendo sus posiciones en próximas elecciones. Entretanto se ha sabido que el Partido de la Ley Natural está inspirado en el Partito della Legge Naturale italiano, llamado a la vida como ○ *fake* por ○ Luther Blisset en Bolonia.

Estas formas tergiversadas de política partidista burguesa producen confusión también porque no ejercen la oposición según los parámetros habituales. El mito de la legitimación democrática de la política dominante necesita imperiosamente de una oposición que «le siga el juego». Quién eche un poco de pimienta en el pasteleo electoral puede intentar romper el encantamiento del principio de representación burgués poco democrático y mostrar la farsa que representa, en el fondo, esta forma de ejercer el poder consolidada constitucionalmente.

Sin embargo, las acciones de pasteleo electoral de algunos partidos de broma pueden hacerle el juego (involuntariamente) a la versión reaccionaria-populista del «enojo con los partidos» escenificado por los media. No todas las lecturas que se pueden hacer del pasteleo electoral son automáticamente de izquierdas. Algunas consignas poco cuidadas contra «los de arriba» o contra «los» políticos pueden volverse en contra y reforzar la crítica reaccionara a la democracia burguesa.

Con frecuencia, los dolores de cabeza empiezan cuando hay posibilidades reales de salir elegidos con un porcentaje del cinco por ciento o más. El peligro que se corre cuando se acepta participar en el juego «cuatrienal» es acabar teniendo que enfrentarse con las reglas de juego parlamentarias. Ésta es la suerte que recayó, en 1993, en Rüsselsheim nada menos que a dos grupos distintos a la vez: la «Liste Rüssel» («Rüssel» significa hocico o trompa, en alemán) y la lista «fNEP» (Liste «für NichtwählerInnen,

Apoyo gay-lesbiano a la campaña electoral .

Ohio que intuía en la devolución del dinero una radicalización del curso derechista. Entretanto el republicano vuelve a estar en dificultades por lo que se refiere a su actitud frente a homosexuales y lesbianas. El portavoz de su equipo electoral, Nelson Warfield, ha hecho saber que, en relación a esa «historia inflada artificialmente» y para evitar nuevas desavenencias, a partir de ahora se rehusará cualquier donativo de similar procedencia.

Campaña electoral del KPD/RZ



Kathrin Fahrenz
Cabeza de lista del KPD/RZ
Para el cargo de alcalde de Potsdam:
«EN EL CENTRO NO HAY SITIO PARA DOS»

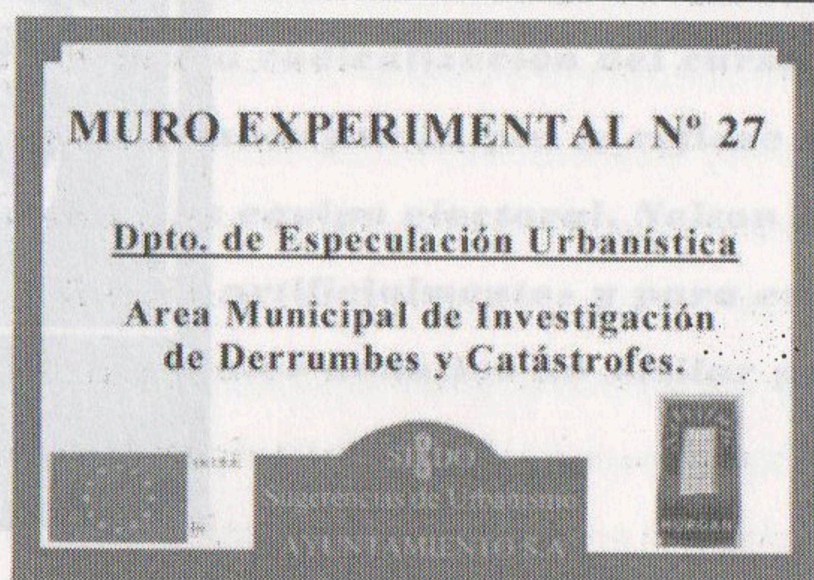
El 1 de Mayo de 1994, los incansables políticos del KPD/RZ asestaron otro gran golpe. Una manifestación de 1º de Mayo arrancó a las 21 horas de la Marheinkeplatz, en Berlín, a fin de contrarrestar algo la imagen de los violentos autónomos que acostumbran a merodear por las manis del 1º de Mayo (cita del KPD/RZ: «Vienen en su mayoría de afuera, hay incluso alguno de Potsdam entre ellos» [Potsdam queda a unos pocos kilómetros de Berlín; N. T.]). El KPD/RZ hizo un llamamiento a participar en esta mani para protestar contra «las bullas nocturnas y la violencia sin sentido». La «madre de todas las manifestaciones» atrajo hasta sus filas a dos mil quinientas personas, que atravesaron las oscuras callejuelas gritando a pleno pulmón: «¡Las bullas nocturnas son una vergüenza!» Cuando al final de la manifestación, algún policía afirmó que también ellos deberían apuntarse a la mani alguna vez, fueron despedidos con el eslogan: «Policías alemanes, a jardineros y floristas». También los eslóganes: «Una lucha, una voluntad: valor para el silencio», «Queremos dormir» y «Silencio, la cosa está que explota» (taz, 3-5-94) tuvieron buena acogida entre los paseantes más que animados de esta jornada de mayo.

Después del fracaso de la campaña por mantener el antiguo código postal, el KPD/RZ demostró que domina su oficio al editar un sello especial en pro de la conservación de la «identidad de Kreuzberg 36». (Tras la caída del muro y el traslado de la capital a Berlín, se tomaron diferentes medidas para acabar con la idiosincrasia del combativo barrio de Kreuzberg, entre otras su desmembramiento y la pérdida de su código postal: N. T.) Poco

ErstwählerInnen und ProtestwählerInnen» [Lista «para no votantes, votantes primerizos y votantes protesta»]; las siglas coinciden con las siglas en ruso de la Nueva Política Económica de Lenin; N. T.) (*taz*, 14-3-95). Ambos grupos recogieron votos del campo alternativo y de izquierdas, y sumaron juntos el 12% del total. El final de todo esto fue más bien deprimente: a finales de 1994, la «fNEP» abandonó una coalición formada por CDU, FDP, Los Verdes y la «Liste Rüssel». A un problema similar se enfrentó la «Liste Alz» en Ratisbona. Bajo el lema: «Olvidemos lo pasado», se presentó a las elecciones municipales en Baviera con una lista encabezada por un tal Josef Alzheimer. Es opinable si tiene sentido presentarse bajo tal nombre, para criticar a «los» políticos a costa de las personas casi siempre mayores que padecen Alzheimer. La lista, surgida a partir de una mezcla de cabreo con los partidos y ocurrencias de barra de bar, tuvo un éxito considerable. Llevó a cabo un mitin central con 4.000 asistentes ante el Ayuntamiento de Ratisbona, en el que el cabeza de lista apareció conducido por una limusina negra y sostuvo un discurso electoral conscientemente indescifrable desde el balcón del Ayuntamiento, que finalizó con la confesión: «¡Yo soy un ratisbonés!». En la televisión bávara unos periodistas intentaron en vano arrancarle una frase razonable con algún mensaje inteligible. Después

La Alameda... SI&DO





después se sacó el nuevo carnet del partido a prueba de falsificaciones. En las elecciones al Congreso de Diputados y al distrito de Kreuzberg, el partido alcanzó el 4,7% de los votos en Kreuzberg y se convirtió así en la cuarta fuerza más votada en el barrio. Una mirada al escrito de presentación electoral ayuda a comprender el éxito del KPD/RZ: exigencia de prohibición de la delincuencia de todo tipo, de sonidos más melódicos para las sirenas de la policía, bomberos y ambulancias, de la introducción de una prima de vuelta a casa, sin derecho a regresar, para los suavos, etc. En el ámbito de la política cultural se exigió más suerte para los equipos de deporte locales así como la prohibición de salida a la calle de los hombres en caso de temperaturas externas superiores a los 30 º C. Legendaria sería la exigencia de prohibición de fumar en las calles de un solo sentido, lanzada desde el Negociado de Salud Pública. También del ámbito de la política de tráfico supo sacar tajada el KPD/RZ con su idea del principio de rotación para los nombres de las calles. Esto lo explica casi todo.

Octubre de 1995 le trajo a Berlín también la fama de ser la primera ciudad con una batalla campal legalizada. En la Heinrichplatz el KPD/RZ se enfrentó a los «socialdemócratas germanoorientales», del grupo de trabajo Jóvenes Compañeras del PDS. El resultado en palabras del KPD/RZ: «El agresor PDS sufrió una derrota terrible de la que no volverá a recuperarse. La socialdemocracia se puede considerar derrotada». Y esto a pesar de que con anterioridad habían amenazado, siguiendo los buenos viejos modos presuntuosos socialdemócratas, con que «la Heinrichplatz

del éxito fenomenal (dos concejales), resultaría cada vez más difícil proseguir con la actitud que se mantuvo durante la campaña electoral, puesto que luego tanto la prensa como los otros partidos en liza intentaron reconducir la «Liste Alz» hacia una colaboración parlamentaria constructiva. Con éxito: los dos concejales se esforzaron tras su elección al máximo por integrarse en el trabajo municipal y desarrollar algunas posiciones políticas «razonables». Queda claro que la ○ *gramática cultural* es tan fuerte que apenas si resulta posible continuar con una táctica semejante a la electoral una vez dentro de los ayuntamientos o parlamentos. Pero eso no significa que no haya salida alguna. Una posibilidad es la probada por los ○ *provos* holandeses. Tras su primer éxito electoral se disolvieron oficialmente.

Siempre existe el peligro de que el pasteleo electoral contribuya, sin quererlo, a reanimar la insipidez de la política parlamentaria, para entretenimiento del electorado, con un poco de colorido en un gris paisaje partidista. Como cualquier sátira, también el pasteleo electoral puede comportar que uno se acomode a lo existente. El arte en este tipo de acciones políticas consiste en introducir elementos que no le permitan al público una sonrisa demasiado satisfecha, sino que le provoquen un hipo lo más violento posible.

La Alameda ...

Hace un par de años Sevilla organizó una conferencia de ciudades sostenibles. Los movimientos sociales estaban bastante cabreados ante la operación de imagen en marcha y convocaron una conferencia alternativa. Como parte de esa conferencia se le encargó a la Fiambrera Obrera que montase algo específico relacionado con intervenciones, acciones y esas cosas. Por aquel entonces, el barrio de la Alameda estaba en esa fase que precede y acompaña a todo proceso de especulación en la que predomina el «abandono» de edificios, calles, servicios, etc. La gente se quejaba de que estaba todo lleno de mierda, los barrenderos

será vuestro Waterloo». La cosa se quedó otra vez en agua de borrajas.

El 20 de abril de 1996, el presidente del KPD/RZ dio a conocer el «Llamamiento de Kreuzberg». En él se atacaba a la llamada reforma de distritos, planeada por la «sanguinaria banda Diepgen-Stahmer» [Diepgen era y es el alcalde de Berlín, y Stahmer, la entonces senadora de Educación, Familia y Juventud; N. T.] (taz, 22-4-96) para destruir definitivamente la identidad de Kreuzberg. En vista de la «continuidad del terror», los responsables del partido tomaron una posición clara: «¡no contéis con nosotros!». Además, se creó una milicia de Kreuzberg, a la que se apuntaron muchas personas. Ya veremos cómo se sigue desenvolviendo el «partido del extremo centro». Pero hay una cosa que nadie podrá cuestionar: «¡Los planes del KPD/RZ son buenos porque son correctos!» ⊙

Hacer el Müller

La presencia en los media es un cuchillo de doble filo. Cuando los movimientos políticos y sociales no son lisa y llanamente silenciados, acostumbran a ser presentados de forma descafeinada y simplista o reducidos a meros estereotipos («violencia juvenil», «desorientación», etc.). La cosa resulta especialmente peliaguda cuando las representantes de dichos movimientos han de presentar su posición en una discusión televisiva; puesto que en el marco de un acto así se ven obligados a aceptar formas de discusión burguesa («diálogo constructivo...») o simplemente son expuestos como animales exóticos. Una manera posible de conducirse, dados los condicionantes de una discusión pública, a fin de utilizarla para los propios fines, es la que nos muestra el proceder de «el Señor y la Señora Müller», que hicieron servir su presencia en los media para una táctica de afirmación subversiva.

En mayo de 1980, a raíz de los enfrentamientos con la política cultural municipal en relación a un centro juvenil autónomo, se formó un fuerte movimiento juvenil en Zúrich. En las semanas siguientes la confrontación entre la violencia estatal, la política y el movimiento fue en aumento. En junio-julio las protestas juveniles se extendieron a otras ciudades suizas. A los intentos de los

Bögeholz, Hartwig: «Wir haben Grund genug zum Weinen – auch ohne euer Tränengas. Hintergründe des Aufruhrs in Zürich». En: *Kritik*, nº 26, 1980, pp. 142-154, y Canetta, Maurizio: *Zürich gegen Zürich*, Zürich/Locarno, 1981.

La Alameda ...

no habían pasado desde las últimas elecciones y muchos edificios amenazaban ruina. En un primer análisis vimos que podía ser importante generar algún tipo de código que nos permitiera sintetizar toda esa situación de un modo barato (no teníamos un chavo), jocoso (¡estábamos en Sevilla!) y políticamente efectivo. Trabajando de modo táctico (ver ⊙ Fiambrera Obrera) vimos enseguida que uno de los elementos más abundantes en el barrio y en Sevilla, en general, era el escudo-logo del Ayuntamiento con la inscripción «NO & DO», que se leía: «NO madeja DO», o sea, no me ha dejado. Ésta procedía de una especie de homenaje



Hay una expresión en francés que designa lo que sucede cuando un trabajador desvía parte de su tiempo de trabajo, de sus herramientas o materiales para hacer lo que le da la gana, por ejemplo un regalo para los colegas. Los franceses llaman a esto la «perruque», la peluca y al parecer es una tradición muy extendida y hasta estudiada por los consabidos sociólogos.

Los empresarios hacen lo que pueden para prohibir estas pelucas, pero no han conseguido erradicarlas. Y ahora es la gente que trabaja en oficinas la que también se dedica a hacer lo que le apetece más en su tiempo de trabajo...

En España no sabemos de ningún sociólogo que se haya dedicado a investigar esto, pero sí que sabemos que en nuestro pueblo los albañiles llaman a eso «llenar la fiambrera», también nos consta biográficamente que los trabajadores de las fábricas de cerámica y materiales de construcción llenan sus fiambreras y se construyen sus casitas sin llamar a ningún arquitecto ni nada de nada.

Bueno pues ahora ya sabéis por qué el nombre «fiambrera obrera». Los fiambreras somos un colectivo muy amplio compuesto fundamentalmente de albañiles que son artistas y activistas, o viceversa.

La fiambrera empezó trabajando en tajos tan diversos (?) como acciones de apoyo a la insumisión y de «llenado de fiambreras» en supermercados.

En los casi diez años que llevamos trabajando hemos ido haciendo por juntar esos dos frentes: el de la acción

órganos estatales de represión de convertir las manifestaciones en carnicerías, el movimiento reaccionó con formas no convencionales de manifestación. El lema de una de las primeras manis, «Desnudos contra la violencia», iba en serio, y no fue poca la expectación que levantó el séquito de manifestantes.

El 2 de julio, la cadena de telvisión suiza de habla alemana DRS organizó una discusión acerca de la resistencia a la violencia estatal, en la que debían «dialogar» jóvenes con figuras destacadas locales. Los diez jóvenes invitados del movimiento aparecieron vestidos de carnaval y se limitaron a acciones perturbadoras no verbales: silbidos, abucheos, aplausos; los globos y pompas de jabón atravesaban flotando las pantallas de televisión. Las figuras destacadas tuvieron grandes dificultades para tomar la palabra, y el programa fue interrumpido antes de tiempo.

Unos días más tarde, la DRS hizo un nuevo intento de «diálogo con la juventud» como reacción ante «la actitud de guerra civil» adoptada por la policía municipal (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*). Se procedió a un nuevo encuentro entre el movimiento, representantes de las autoridades públicas y personalidades destacadas de la izquierda liberal. Entre los ilustres asistentes de la mesa redonda figuraban un concejal, una concejala, el comandante de la policía de Zúrich, el presidente de la socialdemocracia

La Alameda ...

del rey Fernando III el Santo (?) a la ciudad por su lealtad, y el equipo de diseño del Ayuntamiento la había escogido como imagen corporativa de la ciudad, colocándola absolutamente en todas partes: autobuses, alcantarillas, carteles oficiales, uniformes, etc. Evidentemente nos lo habían puesto a huevo, no había más que cambiar el NO por un SI y tendríamos SI&DO, es decir: «SI me ha dejaDO», sí me ha abandonado vaya... Ahora nos quedaba pendiente ver cómo hacíamos circular eso y cómo lográbamos hacerle abarcar cuantas cosas queríamos. Dimos con la solución más pegada al terreno posible, el soporte ideal

política autónoma y el de la intervención «artística». En realidad nunca los hemos diferenciado demasiado; hemos visto que investigar modos de intervenir en la ciudad siempre nos acababa metiendo en líos políticos, y que meternos en berenjenales políticos nos llevaba siempre a plantearnos el lenguaje que usábamos y los medios y todo eso. Eso ha significado, por ejemplo, que cada vez nos planteemos menos trabajos «artísticos» desvinculados de algún tipo de agente político capaz de sacarle partido a nuestro trabajo. Claro que hay quien dice: horror vais a perder la autonomía-del-artista. Pensamos que bregar por un medio político en que los objetivos y las agendas de acción no se coman las posibilidades creativas, y de reflexion, que suelen acompañarlas, es también en sí mismo un objetivo político, ¿os suena?

Con eso hemos ido explorando modos y sitios donde trabajar: hemos trabajado en los barrios en que vivimos, en coordinación con la Red de Colectivos de Lavapiés (⊙calle Desalojadores) , o con las gentes organizadas en fila Alameda , hemos tenido que ver con las movidas de los currantes del metro en Madrid, con asambleas de parados en Sevilla; con gente de México y su sureste se han trabajado materiales de foto, vídeo y demás...de alguna forma eso nos ha llevado a ir ampliando los niveles de coordinación mismos, y ahora estamos bien liados en campañas internacionales como las de Brutish Airways dentro de www.deportation-alliance.com.

Nos interesa muy mucho buscar modos de trabajo que, aparte de ampliar los modos de hacer política y articular y

zuriquesa y el moderador. Con anterioridad al debate televisivo era dominante la opinión de que tanto la composición de la mesa como el cuestionario preparado por el programa empujarían a los representantes del movimiento a una posición defensiva. En vista del clima político general resultaría fácil atacar al movimiento. Esto llevó al movimiento a desarrollar una nueva táctica. Su dos «representantes» se presentaron durante el programa como el matrimonio Müller. Este «Müllern» (hacer el Müller) pasaría a la historia. «Hacer el Müller significa: dejar en evidencia al contrario en su propio papel, manifestando los prejuicios y deseos que no se atreve a decir. Hacer de Müller significa: disfrazarse para destapar al contrario. O también: hacer de pequeñoburgués».

Theus, Balz: «Spiel mit dem Feuer. Ein Jahr Jugendbewegung in Zürich». En: Haller, Michael (ed.): *Aussteigen oder rebellieren. Jugendliche gegen Staat und Gesellschaft*, Hamburgo, 1981, pp. 49-70, p. 53.

«El Señor y la Señora Müller» invirtieron sus roles: en tanto que pequeña burguesía estrecha de miras (la Señora Müller se presentó con rulos ante la cámara) exigieron medidas duras contra la juventud revoltosa. Con gran ímpetu desempeñaron el papel de «voz del pueblo» que los políticos, por lo general, creen tener tras de sí. Esto no funcionó sólo porque los atacados querían conservar su imagen de políticos ponderados, sino principalmente porque no supieron cómo comportarse ante este cambio de papeles

La Alameda ...

para la comunicación política en estos tiempos: La mierda, efectivamente, era prueba «palpable» de que el barrio estaba abandonado, era todo un documento sobre cómo el abandono podía hacer que las gentes se sintieran desplazables, con ganas de que les dieran cuatro chavos por sus casas o sus contratos de alquiler, y se largaran.

La operación consistente en colocar las banderitas con el logo del ayuntamiento cambiado (sí me ha dejado) sobre las mierdas del abandono, constituía una clásica operación de conexión (mierda-palo-ayuntamiento; abandono-mentiras oficiales-especulacion). Vaya no hacía falta

conectar al terreno los modos de hacer arte, generen dinámicas autónomas y autopropulsables en los sitios en que se trabaje, que el personal se organice y se monte sus fiambreras, o sus pelucas o lo que sea.

La Fiambrera Obrera como cualquier verdulería que se precie tiene su proyecto también en internet, habiendo entrado recientemente en el negocio de los video-juegos, con el Border-Game, un juego para internet en el que hasta 50 personas a un tiempo se cruzarán en los escenarios de algunas de las fronteras globales más duras (Tijuana, Estrecho de Gibraltar, de Otranto, el este de Alemania...); en el juego trataremos de poner en funcionamiento buena parte de los dispositivos que los poderosos ponen en acción para blindar las fronteras, y ello con información de primera mano, de las organizaciones sociales y políticas de apoyo a los migrantes sobre el terreno, sobre cada terreno.

En esa vinculación política, en el imaginable tono del juego y en su distribución táctica, a través de los canales de video-juegos habituales de internet, se encuentran algunas de las claves de nuestro trabajo.

En la web trabajamos con Sindominio. Ahi nos teneis en www.sindominio.net/fiambrera. ⊙

imprevisto. «El Señor y la Señora Müller» fueron radicalizando sus posiciones conforme avanzaba el debate y, hacia el final, incluso exigieron la abolición sin más de la juventud. Los otros participantes en el debate intentaron continuamente reducirlos a su papel «originario» de jóvenes con inquietudes, pero Hans y Anna Müller desarrollaron un hábil estilo retórico y cambiaron con frecuencia sus posiciones en la discusión. De esta manera consiguieron escapar al «diálogo con la juventud» y mantener hasta el final la estrategia de la ⊙ *afirmación subversiva* y del ⊙ *distanciamiento:*

«Transcurso: al principio un tira y afloja acerca de los pormenores de las batallas callejeras. El concejal Frick subraya la ausencia de solicitud de autorización de las manifestaciones. Fünfschilling responde que los posibles solicitantes de la autorización se hubieran arriesgado a acabar en la cárcel. "Anna Müller" señala que la policía se había contenido demasiado. "Hans Müller" saca de sus bolsillos pelotas de goma y exige que la policía utilice pelotas más grandes para aumentar el peligro de causar heridas. Los "Müller" impiden hablar al comandante de policía Bertschi, que se propone leer una octavilla llamando a la violencia, interrumpiéndole con gritos de que ya es hora de hacer intervenir al ejército contra los jóvenes y de llevar al paredón a sus líderes. La concejala Lieberherr acaba por perder la paciencia y anuncia, con los ojos chispeantes de ira, que

La Alameda ...

ser Umberto Eco para darse cuenta, y la gente del barrio se daba buena cuenta y se echaba buenas risas al respecto. Se hicieron varios centenares de banderitas y se distribuyeron por audaces comandos de fiambreras-en-bici que, muy sevillanos ellos y ellas, las arrojaban cual banderillas desde lo alto de su caballo-bici, ¡olee!

A todo esto se iba acercando la conferencia oficial y Sevilla se llenó de invitados oficiales... que contemplaban estupefactos las mierdas locales decoradas y calificadas. Las brigadas de limpieza que envió el Ayuntamiento se limitaron a quitar las banderitas. La prensa estaba al

nadie va a conseguir amargarle su tolerancia por los jóvenes. El moderador, Kriesemer, desde un principio apenas si logra pasar de un "No podrían ustedes..." o "¡un momento, un momento!" Sus palabras de conclusión se pierden en medio de la algarabía. Los representantes de la autoridad lanzan improperios, fuera de sí, y "Hans Müller", dándole chupadas a un puro inmenso, grita: "A eso sólo puedo responder: ¡Moscú!"...»

Cit. según Jürgmeier, Howald Regula/Salzmann, Rolf/Scheucher, Peter: *Die Angst der Mächtigen vor der Autonomie. Aufgezeigt am Beispiel Zürich*, Horgen, 1981, pp. 62 s.

Los otros participantes de la mesa redonda se dieron cuenta, por supuesto, de que no eran tomados en serio, pero intentaron, con todo, continuar con una discusión seria. La táctica seguida por los «Müller» puso bajo presión de actuar a los demás. Creyeron tener que comportarse de alguna manera, pero no encontraron ninguna contraestrategia adecuada. Al parecer, la forma «discusión televisiva» y la interrupción de la discusión dos semanas antes no permitía un nuevo escándalo. La discusión comenzada tenía que proseguir hasta su amargo final. «La parte contraria, autoridades y representantes de la policía, reaccionó desorientada, al ver su propia posición elevada al extremo por los "Müller"».

Eine Stadt in Bewegung. Materialien zu den Zürcher Unruhen. Editado por el Partido Socialdemócrata de Zúrich, Zúrich 1980, p. 65.

«Hacer el Müller» era la consecuencia de una posición de partida *a priori* mala. La superioridad del contrario forzó al movimiento a cambiar las reglas de juego. En una carta al diario *Tagesanzeiger*, un tal F. O. analizaba las trampas de esta situación: «El Gobierno exige a los jóvenes que se estructuren, es decir, que se integren en la estructura ya existente del Estado. Pero si hicieran esto, entonces los jóvenes perderían irremisiblemente. Es por eso que quieren su propia estructura. Eso es lo que demostró el programa de televisión "CH". En vez de mantenerse fieles a las reglas de discusión, con las que apenas si podrían haber salido adelante, optaron por unas propias y desconcertaron así no sólo a los espectadores, sino también a los demás participantes en la discusión. A éstos no les hizo ninguna gracia no ser ellos los que dominaran la situación, a pesar de tener la ley de su parte, sino que la dominaran los representantes del movimiento juvenil».

Sieber, Markus/ Loggia, Patrizia/ Krampke, Thomas: *Züri brännt. Das Buch zum Film. Broschüre des Videoladen Zürich*, Zúrich, 1981, Gruppe Olten (ed.): *Die Zürcher Unruhen. Texte. Orte*. Verlage, s.f., p. 92, y *SpassGuerilla*, Münster, 1994 (Berlín, 1984), p. 84.

Los medios de comunicación suizos espumajeaban: «Lo que quedó claro, una vez más y esperemos que por última vez, para cualquiera que se quedara observando este monstruoso abuso, es lo siguiente: que el espíritu de los nuevos revolucionarios es el espíritu del escarnio y de una provocación destructiva». Esto por lo que se refiere al *Neue Züricher Zeitung*. El FAZ fue el que captó mejor las intenciones de los «Müller»: «El hecho de que el socialdemócrata Fünfschilling haya presentado una queja contra la administración municipal, por las intervenciones policiales repetidamente calificadas de demasiado duras, no le sirve de nada ante los Müller y aquellos que los han enviado a la televisión. A él y a Emilie Lieberherr, justamente, les toca pagar los platos rotos de unas manifestaciones que no rechazan un tipo de política, sino la política como negocio de los políticos sin más». Ciertamente, «el movimiento» declararía poco después: «Nosotros desvalorizamos los símbolos de lo considerado correcto, invirtiendo los rituales y ridiculizándolos» (*Tagesanzeiger*).

Tras la emisión del programa empezó una campaña de persecución contra «el Señor y la Señora Müller». El concejal participante en el programa, Frick, y el comandante de policía Bertschi se vengaron dando a conocer en los media los nombres auténticos de aquéllos. Los fascistas de Nationale Aktion exigieron la expulsión de la «terrorista verbal», nacida en Irak, y la retirada de la nacionalidad suiza a «Anna Müller». Su fama involuntaria reportó a la «Señora Müller» desde cartas de fans hasta amenazas de muerte. A raíz de esto, interpondría una denuncia contra el concejal y el comandante de policía como inspiradores de la campaña de acoso.

El «Señor Müller» fue condenado a catorce meses de cárcel en marzo de 1982 por otro delito. Al parecer, querían convertir su figura en el coco del movimiento. No estuvo presente en la lectura de la sentencia. En vez de esto, un «Comité de montajes judiciales» dio a conocer que el «Señor Müller» había sido raptado por sus compañeros de tribu. En la conferencia de prensa se enseñó además un vídeo en el que se podía ver al "Señor Müller" paseando por las calles de Zúrich y, entre otras cosas, «intentando colocarle un libro del Código Penal a un niño como si se tratara de una golosina» (*SpassGuerilla*, p. 67).

En la película «Züri brännt» (Arde Zúrich), del Videoladen de Zúrich, acerca del «verano caliente de 1980», se califica esta forma de expresión de «nuevo lenguaje de la revuelta». También el «Müllern» es parte de este nuevo lenguaje: «La noción de "autonomía" es librada, cuidadosamente, de parte de su abstracción, se hace vivible, tanto para el ojo como también para los sentidos más profundamente arraigados. [...] Surge un nuevo lenguaje, nuevas palabras, nuevos símbolos de vivos colores empiezan a recorrer los secos canales de los medios de comunicación de masas suizos. Noticias cifradas, en silencio al principio, pero luego, [...] acaba por grabarse de manera imborrable y con letras inmensas la palabra "rechazo" en el cielo inmaculado de los media».

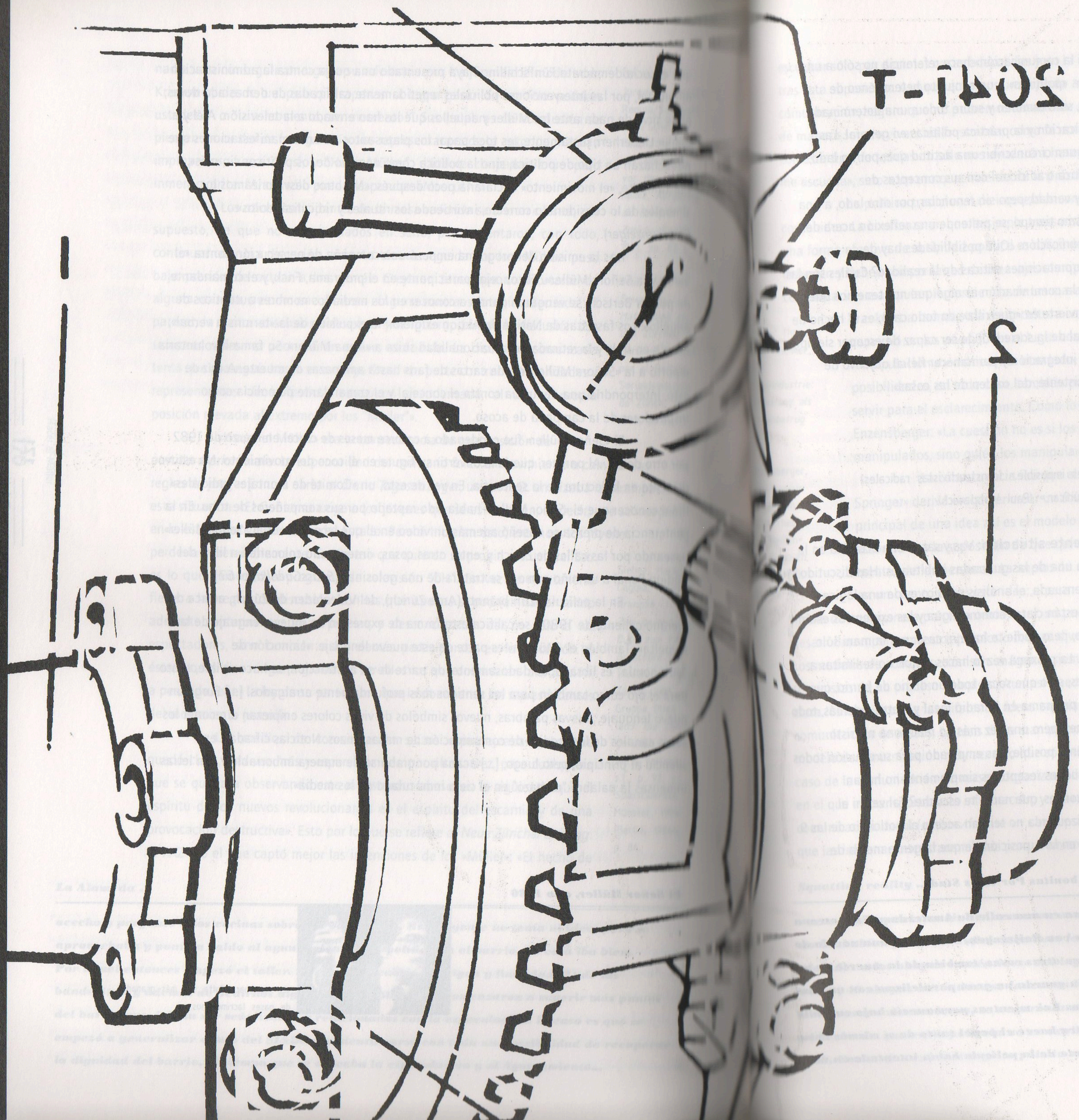
La Alameda .

acecho y preguntó a los vecinas sobre las banderitas. Mucha gente no tenía ni idea, pero se aprovechaba y ponía a caldo al ayuntamiento y su política en el barrio. La cosa iba bien. Por aquel entonces empezó el taller. La gente descubrió el origen y finalidad (?) de las banderitas, y además de pedirnos algunas para colocarlas, comenzaron a sugerir más puntos del barrio que debían ser señalizados y relacionados con la especulación. El caso es que se empezó a generalizar el uso del SI&DO y a identificarse con toda una posibilidad de recuperar la dignidad del barrio, al tiempo que se atacaba la especulación y al Ayuntamiento...

El Señor Müller, año 1980



«Lo que hace falta son más granadas de gases lacrimógenos.»



¿Cuándo es guerrilla la comunicación?

¿Cuándo es guerrilla la comunicación?

El concepto de «guerrilla de la comunicación» hace referencia no sólo a una serie de grupos más o menos «políticos» o un conjunto heterogéneo de diferentes formas de acción, sino también y sobre todo a una determinada actitud respecto a la comunicación y la práctica políticas en general. Las siguientes reflexiones persiguen circunscribir una actitud que, por un lado, escapa a la lógica de la política tradicional con sus conceptos de esclarecimiento, convicción y verdad; pero sin renunciar, por otro lado, a una crítica de lo existente. Al mismo tiempo, se pretende una reflexión acera del contexto social de la guerrilla de la comunicación. ¿Qué posibilidades hay de «desencadenar» o, al menos, sugerir interpretaciones críticas de la realidad? Cuáles son las posibilidades y límites de la guerrilla de la comunicación es algo que nos tenemos que cuestionar continuamente. Lo que la convierte en «guerrilla», en todo caso, es el hecho de mostrar el camino para una crítica radical de la sociedad; de ser capaz de escapar siempre a las múltiples y variadas estrategias de integración y permanecer fiel al objetivo de sobrepasar el horizonte de la realidad existente, del «orden de las cosas».

¿Por qué nadie me escucha?
(o ¿cómo funciona la guerrilla de la comunicación?)

«La comunicación es imposible.» (constructivistas radicales)
«No se puede comunicar.» (Paul Watzlawick)

Quién no conoce la siguiente situación: Vas y sacas una octavilla en la que llamas a participar contra una de las guarradas habituales. Has discutido su contenido de manera consensuada, el análisis político es de una lógica irrefutable, las consecuencias están claras como el agua y las exigencias están formuladas de manera concisa, pero nadie te hace ni caso: por la mani sólo aparece la peña de izquierdas de siempre. La próxima vez lo haces mejor: no te limitas a repartir octavillas en los lugares habituales, sino que sacas todo un diario de barrio, que haces llegar a todas las vecinas, haces un programa en la radio local y metes, además, todo el material en alguna homepage de internet, pero una vez más no reacciona ni cristo. Has formulado tu mensaje lo más claramente posible, has empleado para su difusión todos los medios a tu alcance y tampoco crees que los receptores simplemente no hayan entendido tu mensaje. ¿A qué se debe, entonces, que nadie te escuche? Tal vez ni al mensaje ni al hecho de que los grupos de izquierda no tengan acceso al noticiario de las 9 de la noche. Tal vez el problema estribe ya en la suposición de que la gente me ha de

Squatting reality: las películas de okupas son más bonitas Por Kees Stad

En 1995, se quería filmar el desalojo de una casa en una calle de Amsterdam. Esta escena había de incorporarse a una película de Matthijs van Heijningen, basada en una novela de A. F. Th. van der Heyden. En el libro se habla, entre otras cosas, también de la muerte de un okupa en el Amsterdam de los 80. La narración guarda un gran paralelismo con un caso real de muerte: en 1985, murió el okupa Hans Kok mientras permanecía bajo custodia policial. 250 policías habían sido contratados para hacer el papel tanto de sí mismos como de okupas. Según algunos rumores, la gente de la película había intentado en vano

escuchar sólo por decir las cosas adecuadas y en la idea de comunicación que se esconde tras esta suposición. Aunque echemos una ojeada a los diferentes modelos de comunicación, seguro que no podremos desarrollar una estrategia que nos permita evitar de manera segura vivencias frustrantes como la antes mencionada; pero la confrontación con este tipo de teorías no sólo nos ayudará a hacernos una idea clara de por qué «nadie me escucha», sino a un enriquecimiento de la práctica política.

La política tradicional de izquierdas confía sobre todo en la fuerza de los contenidos. La confianza en que la simple transmisión de estos contenidos representa ya una forma efectiva de actividad política es difícil de rebatir. Los contenidos de izquierda deberían y deben romper la red de mensajes manipuladores, con los que los medios de comunicación manipulan la conciencia de las masas. La crítica elaborada por la Escuela de Frankfurt a la industria de la cultura como industria de la conciencia se convirtió en los años 60 en el lugar común de las posibilidades de la manipulación mediática. Por otro lado, surgió asimismo la idea de que estas posibilidades, en todo caso, también podían ser reversibles en el sentido de servir para el esclarecimiento. Como lo formuló en su día hábilmente H. M. Enzensberger: «La cuestión no es si los medios de comunicación están manipulados, sino quién los manipula».

Adorno, Theodor W./Horkheimer, Max: *Kulturindustrie: Aufklärung als Massenbetrug* (1944).

Enzensberger, Hans-Magnus: «Baukasten zu einer Theorie der Medien». En: *Kursbuch*, nº 20, 1970, pp. 159-186.

La consecuencia fue que el apoyo a la campaña «Expropiemos a Springer» derivó en querer crear un *Bild-Zeitung* de izquierdas. El problema principal de una idea así es el modelo reducido de comunicación que se esconde tras la suposición de que quien posea los emisores podrá controlar las mentes de las personas. La implosión del socialismo burocrático ha convertido en un cuento chino esta idea: a pesar de que los burócratas controlaban los media de una manera prácticamente total, no pudieron impedir que las personas desarrollaran pensamientos propios o formas divergentes de leer las noticias transmitidas. Los modelos de comunicación son imágenes siempre reducidas y con frecuencia muy tecnicistas de un proceso complejo. Aun así pueden ser útiles para formular de manera más clara los requisitos de las diferentes ideas en relación a la comunicación y a la comunicación de masas. La tesis de la manipulación antes mencionada corresponde a un modelo de comunicación muy sencillo que sólo tiene en consideración al «emisor» —en el caso de la comunicación de masas, organizado de manera central e industrial—, el «canal», en el que es transportada la información, y sus «receptores», es decir, una cadena de comunicación lineal (emisor/fuente >– canal –< receptor). Este modelo da por probado que las informaciones transmitidas por un emisor no sólo llegan vía canal hasta el receptor,

Squatting reality ...

encontrar a punks auténticos en una casa antes ocupada, la «Vrankrijk», porque los policías no les habían parecido suficientemente feos. Un equipo de seguridad debía mantener alejados a los okupas «auténticos» del lugar de rodaje. Cuando todo estaba a punto para rodar, 40 okupas auténticos se lanzaron hacia el lugar y ocuparon el edificio. A pesar de las numerosas exhortaciones, se negaron a abandonar el lugar de rodaje y protestaron contra el hecho de que en la película no se explicaran las verdaderas causas de la muerte de Hans Kok. Una mujer expresó a grito pelado su decepción acerca de la poca autenticidad de la

sino que además son interpretadas en el sentido pretendido por el emisor. En consecuencia, se conseguiría cambiar la conciencia con sólo cambiar los programas de televisión, el contenido verídico de la publicidad o el grado de exactitud de las noticias de los diarios. Pero incluso quien controla completamente la forma y el contenido de un mensaje no necesariamente puede influenciar la conciencia de su receptor en una dirección determinada. Al fin y al cabo, el receptor posee un grado (restante) de libertad suficiente como para poder leer un mensaje de manera diferente a la prevista por el emisor. Y está bien que esto sea así.

Umberto Eco describe este estado de cosas como el principio de la variabilidad de interpretación: el mundo de la comunicación (de masas) está lleno de interpretaciones opuestas y divergentes. Tomemos, por ejemplo, un reportaje sobre enfrentamientos militantes durante una manifestación: imágenes de policías golpeando a manifestantes y a paseantes reflejadas en la pantalla. Aun cuando dichas imágenes sean comentadas en un sentido esclarecedor y crítico con la policía, no necesariamente le sugieren al espectador la asociación «mierda de policía». Resulta igualmente posible una lectura divergente: «se lo tienen bien merecido esa pandilla de vagos». La lectura que se elija, favorable o desfavorable, depende de diferentes factores en el receptor. El emisor puede, como mucho, intentar sugerir una determinada lectura preferida de las informaciones transmitidas, pero en última instancia (por suerte) no tiene posibilidades de imponerla de manera segura. Y éste es un problema que se le plantea a todos los emisores por igual. Si la izquierda quiere propagar contenidos emancipatorios por vía de los medios de comunicación (de masas), se tendrá que enfrentar también a las mismas dificultades que cualquier otro emisor en el sistema de la comunicación de masas.

Eco, Umberto: *Per una guerriglia semiologica*. En: Eco: *Il costume di casa*, Milán, Bompiani.

El mensaje transmitido siempre se ve (co)determinado por la manera en la que son interpretadas las informaciones. Esta ambivalencia afecta en menor medida a la comunicación directa y recíproca porque resulta posible realizar preguntas: el receptor de las informaciones puede comprobar si las entiende tal como quiere el emisor. Pero ni siquiera esto es un remedio contra todo tipo de malentendidos, como todo el mundo sabe por su experiencia cotidiana.

En la comunicación de masas la ambivalencia es omnipresente: Eco llega incluso a calificar el fenómeno de la variabilidad de interpretación como su principio fundamental. Aun cuando las informaciones son enviadas por una fuente central, lo cierto es que son recibidas por personas que se encuentran en situaciones muy diferentes y que interpretan las informaciones transmitidas de maneras muy diferentes. La forma en que se

Squatting reality ...

película: «... ¡y ni siquiera se parece a la casa ocupada de 1985!» Aplazar el rodaje habría costado miles de florines. Los productores, por lo tanto, sólo tenían dos posibilidades: o pedir a la policía que sacase a los manifestantes a golpes del edificio, arruinando de paso el lugar de rodaje y dándole de entrada a la película una publicidad bastante nefasta; o negociar. Durante las negociaciones, se fueron cruzando policías auténticos y ficticios, actores okupas y okupas auténticos, equipos de televisión de diferentes noticiarios y cámaras del equipo de rodaje, de tal manera que al final nadie sabía ya qué era verdad y

atribuyen significados a las informaciones transmitidas es lo que nosotros denominamos «código» (semiológico). Es la interacción entre el receptor de un mensaje, la situación y el código correspondiente la que determina cómo será leído el mensaje. La variabilidad de interpretación es el resultado del hecho que siempre se pueden emplear diferentes códigos para interpretar un mensaje determinado. Eco ilustra este proceso complejo por medio del ejemplo de un empleado de banca milanés al que el anuncio de una nevera le puede provocar el deseo de comprarla. A un campesino calabrés en paro este anuncio le puede hacer ver hasta qué punto está excluido del mundo del bienestar e inspirarle, por lo tanto, una crítica a su situación social. Es por eso que la publicidad televisiva, en determinadas constelaciones sociales, puede tener el efecto de un mensaje revolucionario. Lo decisivo para la elección del código es el marco en el que tiene lugar la interpretación. Una misma información, en dos contextos diferentes (empleado de banca milanés o campesino calabrés en paro), puede ser interpretada según códigos diferentes y recibir significados muy dispares.

Si nos basamos en tal modelo de comunicación, entonces los mensajes transmitidos a través de medios de comunicación de masas son, por principio, abiertos e interpretables. El programa prefabricado de manera industrial y transmitido por el emisor a través de un media no obtiene su significado completo hasta que no es «leído» y se ha procedido a elegir entre las muchas interpretaciones posibles. Es la usufructuaria la que hace de él un hecho social relevante. No sólo los mensajes de los mass-media son ambiguos (polisémicos) en este sentido, sino que lo mismo se puede decir de manera menos acentuada de la comunicación recíproca directa.

La interpretación de los consumidores de los media depende de muchos factores. Los puntos de vista y modos de interpretar se ven influenciados por las diferentes historias y experiencias personales, las estructuras de relaciones sociales y las situaciones socioeconómicas. Desde esta perspectiva, la consumidora de los media no es simplemente un «individuo libre». Podemos empezar a hablar a partir de ahora, en su lugar, de «sujetos», incluyendo en este concepto las influencias sociales y culturales. «En el concepto de sujeto no sólo se piensa su diferencia respecto al otro u otros, como en el concepto de individuo, sino también su conformación social y cultural, su carácter frágil y contradictorio —producto de las diferentes agencias sociales— y la estructura discursiva, dependiente de la perspectiva, de su actuación y experimentación». Un sujeto así entendido resulta «fragmentario», puesto que las experiencias vividas, en circunstancias sociales diferentes, por la persona que se encuentra tras el

Fiske, John: *Television Culture*, Londres/Nueva York, 1987.

Krotz, Friedrich: «Kommunikation als Teilhabe. Der "Cultural Studies Approach"». En: *Rundfunk und Fernsehen 40*, 1992, nº 3, pp. 412-431, p. 424.

Squatting reality ...

qué ficción. En una situación en la que no había posibilidades de reacción adecuadas para los sujetos de la compañía cinematográfica, los okupas tenían la oportunidad de oponer la realidad de su protesta contra su comercialización mediática. Casi sin quererlo, habían conseguido darle la vuelta no sólo a la realidad cinematográfica, sino también a la realidad de la producción de películas, de la actividad militante y de la fabricación de noticias. Pero en vez de llevar hasta el final el juego del encuentro alegre entre polis, okupas y media reales y ficticios, exigieron que se incluyera «más realidad» en la película. Después de que

mismo son contradictorias. Contradictoria es también la manera como las personas afrontan estas experiencias, las interpretan y las clasifican en sistemas de significación. Es por eso que una y la misma persona puede interpretar el mismo hecho de manera diferente: la interpretación también se ve codeterminada por la situación de comunicación momentánea (lugar, momento, marco social). Los cambios de las situaciones de comunicación pueden, por lo tanto, cambiar la interpretación de un hecho y, en su caso, convertirla en su contrario.

De la relación de tensión entre la información transmitida, experiencias anteriores y el modo de interpretación aplicado a una situación dada (código) surge, en el curso de la reecepción de informaciones comunicadas mediáticamente, el «texto» construido subjetivamente. Las recepción contiene un proceso de construcción de significación que vuelve a ser renegociado cada vez en una situación dada entre la información mediática y la receptora posicionada socialmente. Sin embargo, las interpretaciones de la receptora no son completamente libres. Lo normal es que se dé preferencia a determinadas interpretaciones que resulten socialmente más o menos cercanas y que, por lo tanto, se consideren «normales». De esta manera se reproduce, al mismo tiempo, esta «normalidad» como una cinta sin fin muy difícil de romper.

Por otro lado, a los sujetos también les resulta posible realizar tipos de lectura divergentes o «disidentes» de una información recibida. Sobre la base del principio funcional de la comprensión, en el marco de la comunicación de masas y de la variabilidad de interpretación, Eco también se ocupa de las interpretaciones erróneas o «malentendidos», que en la sociología de masas son tratadas, de ordinario, como déficit competencial, pero que son entendidas por él como el resultado de tácticas sociales empleadas conscientemente. El código del emisor se ve confrontado con una «descodificación discordante». Se perfila «la posibilidad de una táctica de descodificación, donde el mensaje permanece invariable en tanto que forma significante». Esto significa que someter un mensaje a interpretaciones muy diferentes, comentarlo y discutirlo para, finalmente, «darle la vuelta al significado de este mensaje» (Eco 1985ª, p. 154) es el fundamento de toda tergiversación y cambio de sentido. Pero entonces la cuestión realmente interesante es, desde nuestro punto de vista, cómo en un proceso de comunicación pueden producirse condiciones en las que resulten importantes construcciones de significación discordantes respecto a la normalidad.

Eco, Umberto: *La estructura ausente*, Barcelona, 1999.

En 1848, por ejemplo, la protesta campesina en buena parte de Europa descodificó las clásicas reivindicaciones burguesas en su propio favor. La noticia de la retirada de la Ley de prensa y de la llegada de la libertad de prensa la descifraron nada

Squatting reality ...

el director prometiera añadir la proyección de un texto acerca de la muerte de Hans Kok al final de la película, aquéllos se fueron satisfechos. ¿Qué hubiera ocurrido, sin embargo, si los okupas hubieran aguantado la presión resultante de la confrontación de varias realidades a la vez en ese momento? ¿Qué, si los polis «auténticos» hubieran tenido que sacar de verdad a golpes a los okupas «auténticos» para que los polis y okupas de película hubieran podido proseguir su producción de realidad de película, y todo eso delante de las cámaras de los periodistas de los noticiarios? Jean Baudrillard hubiera palidecido de

La base de la teoría de los cut-ups de William S. Burroughs es entender el lenguaje como un virus. Puesto que esta teoría no ha sido refutada hasta el momento, puede ser tan verdadera como cualquier otra afirmación. Por lo general, los cut-ups sólo se consideran en relación a su obra literaria, pero las intenciones de Burroughs iban mucho más allá. Él no sólo los aplicaba a sus novelas, sino que también experimentó, con una determinada técnica de corte, cómo se puede conseguir manipular el entorno para poder activar los diferentes «virus lingüísticos» que se encuentran presentes, de manera latente, por medio de grabaciones.

Burroughs describe con exactitud métodos de ensayo con tres grabadoras que posibilitan pruebas de efectividad de las técnicas. G-1, el primer aparato, «es el organismo de acogida potencial de un virus de la gripe. G-2 es el mecanismo con cuya ayuda el virus se introduce en el organismo de acogida, [...] G-3 es el efecto que el virus provoca en el organismo de acogida». Como grupo objetivo de aplicación él menciona a personas como, por ejemplo, un contrincante político, para el cual el proceder siguiente significaría su anulación política: la grabadora 1 muestra sus discursos y conversaciones privadas (en todo caso tienen que ser en vivo y no de la televisión o radio), a los que se añadirán cortes de balbuceos, lapsus lingüísticos y formulaciones poco conseguidas. En la

Burroughs. William S.: *La rivoluzione elettronica*, Milán, 1978. Cfr. tamb. Burroughs, «Brion Gysin and Throbbing Gristle». *Re/Search*, nº 4/5, San Francisco, 1982.

menos que como el final de «toda presión y extorsión por tasas señoriales». Habían traducido valores centrales clave del sistema político liberal-burgués al plano material y los habían liberado de su contexto ideológico. Cosificados de esta manera, cobraban una importancia tangible inmediata. La esperanza de la ausencia de presiones se vio completada por ideas de libertad que, finalmente, desembocaron en revueltas rurales: «Es la libertad de presionar y ejercer la fuerza sobre quienes hasta ahora lo hicieron con nosotros». De sus consideraciones acerca de la variabilidad de interpretación, Eco concluye que no necesariamente resulta adecuado aspirar a una intervención lo más completa posible sobre los «emisores» de la comunicación de masas. Rechaza una estrategia que, tomada al pie de la letra, estuviese dirigida antes que nada a ocupar los sillones de los jefes de televisión (o bien, más realistamente, a la creación de medios de comunicación de masas propios). Tras esta posición se esconde la idea de que sería suficiente con conseguir el control sobre dos fases de la cadena de comunicación: la fuente y el canal. De esta manera, desde luego —en caso de ser acertada la concepción de comunicación antes esbozada—, lo que se consigue controlar no es el mensaje, sino en todo caso su forma vacía que luego el receptor se encarga de llenar de sentido.

Cit. seg. Wirtz, Rainer: «*Widersetzlichkeiten, Excesse, Crawalle, Tumulte und Skandale.*» *Soziale Bewegung und gewalthafter sozialer Protest in Baden 1815-1848*, Frankfurt/M./Berlín/Viena, 1981, pp. 182 ss.

Squatting reality .

envidia ante esta visión de la realidad como hipertexto. Aun así, la acción fue objeto de la atención de los noticiarios de las ocho, ese mismo día, como en los buenos viejos tiempos, sólo que esta vez el motivo de las impactantes imágenes del desalojo no era una ocupación sino un largometraje. La realidad tampoco es ya lo que era en otros tiempos.

grabadora 2 se captan sus sonidos sexuales, a ser posible con un partenaire sexual mal visto, como por ejemplo su hija menor de edad; y en la grabadora 3 se recogen voces llenas de odio. Se hacen trizas las cintas, se vuelven a juntar sin orden alguno en 24 cortes por segundo y se hacen sonar a una distancia audible por el político. El resultado sería —según Burroughs— su completo hundimiento.

Burroughs afirma, para más inri, que este método le es familiar a la CIA, puesto que ésta sería la única explicación de por qué en relación con el escándalo Watergate se encontraron tantas grabaciones privadas de personas observadas. Él mismo probó el efecto demoledor de los cut-ups ante una cafetería, en la que se le había servido pastel de queso enmohecido, y encontró los resultados muy convincentes. También describe cómo se puede provocar una escalada violenta de una manifestación callejera con que sólo un grupo de personas lleve consigo una cinta adecuada; cómo se pueden provocar accidentes y toda clase de sucesos. El instrumento de manipulación más importante para Burroughs en este contexto es el SEXO. Él imagina los excesos desenfrenados que se podrían provocar con los cortes juntados de varias cintas con muy diversos sonidos sexuales: «parques llenos de personas desnudas desquiciadas que cagan, mean, eyaculan y gritan. Así podría actuar un virus malévolo que desconecte todos los autocontroles, y que al final significaría agotamiento, convulsiones y muerte». Ámbitos posibles de aplicación de los cut-ups de todo tipo son, entre otros, la difusión de rumores, el descrédito de oponentes políticos y el scramble (despedazamiento) y desactivación de líneas asociativas de los medios de comunicación de masas. Las diferentes técnicas de collage auditivo, corte, sobreproyección y distorsión eran para Burroughs posibilidades de ejercer el control sobre personas poco apreciadas y de tornar inofensivos a los contrarios políticos (⊃ collage y montaje). En tanto que antiguo miembro de la cienciología conocía muy bien las técnicas de manipulación, y no se puede descartar que también se valiera de éstas para el desarrollo de las técnicas de cut-ups.

Köhler, Michael /Weissner, Carl (ed.): *Burroughs. Eine Biographie*, Berlín, 1994., p. 77.

En todo caso, no es ninguna casualidad que sus ideas acerca de las posibilidades de aplicación subversiva o destructiva de los media surgieran en un tiempo en que la idea de semejantes efectos mediáticas provocaba discusiones airadas. Así, por ejemplo, en los EEUU se permitió durante poco tiempo —y luego se prohibió— la emisión en televisión de cortes de publicidad de una décima de segundo. Tanto esto como las tesis de Marshall McLuhan provocaron discusiones sobre los efectos inconscientes de los media. Desde aquel entonces, la idea de que los media irían cargados de «subliminal seductions» (seducciones subliminales) es uno de los mitos más difundidos de la cultura urbana.

Tal vez sea este mito moderno de la influencia inconsciente lo más importante de las ideas de Burroughs, más importante que la cuestión de si el concepto del lenguaje como virus es una deconstrucción simpática o sólo una

En vista de los problemas de la variabilidad de interpretación, lo adecuado sería intervenir no en el emisor, sino en las receptoras de los mensajes de los medios de comunicación de masas. De importancia capital, en este caso, sería provocar en el máximo posible de receptoras, en el momento de llegada del mensaje, una confrontación de su código de recepción con el del emisor, para que afloraran lecturas discrepantes. En este sentido, un grupo político estaría en condiciones de modificar el contenido de un mensaje, si lograra intervenir con sus medios en el lugar de los hechos: «De lo que se trata es de ocupar en todo el mundo el primer lugar ante todo aparato de televisión...» (Eco). Lo que Eco no nos confiesa, sin embargo, es cómo llevar a cabo algo así, por lo que el concepto de «guerrilla semiológica» por él formulado queda muy poco definido (¿Permanecer junto a la televisión como nuevo principio de la subversión? Pues vaya. ¡Y encima en todas partes al mismo tiempo!).

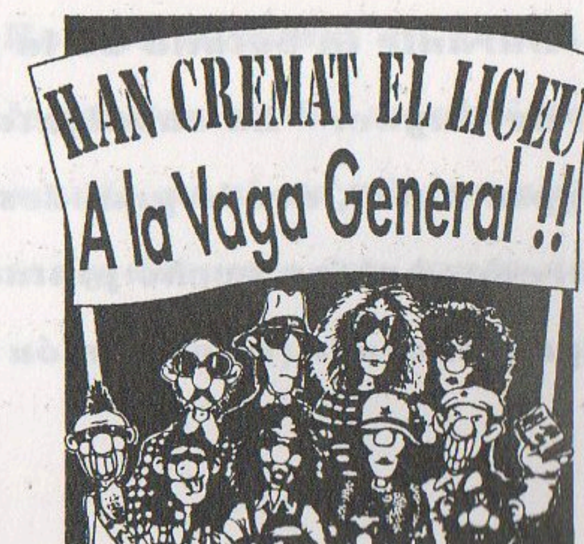
Pero la concepción de Eco es en sí misma problemática (o, como mínimo, la manera de formularla). Cuando pide «controlar el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación» en vez de las informaciones enviadas, entonces se plantea la cuestión de qué es lo que puede resultar deseable en todo esto. Eco no acaba de decidirse si lo que prima es esa lógica educadora que, por medio de la intervención de terceros, acerca el modo de interpretación «crítico» y «correcto» a los corderitos, o si de lo que se trata es de que los propios destinatarios de ofertas mediáticas sean puestos en condiciones de «controlar el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación». Esta lectura parece derivarse de formulaciones como la siguiente: con la comunicación de masas habría «cambiado la manera como se le enseña [a la consumidora de los media] a ser libre y consciente». Leída así, la «guerrilla semiológica» de Eco no sería más que una concepción elaborada de manipulación o «educación». No se trataría ya sólo de propagar «noticias correctas», sino de provocar «interpretaciones correctas». Pero de esta manera lo único que se conseguiría es duplicar ese proceder instrumental con la comunicación, de objetivos hegemónicos, que se expresa en la idea de control subyacente con diferente intensidad en las formulaciones de Eco.

Eco, Umberto: «Die Multiplizierung der Medien». In: Eco: *Über Gott und die Welt*, Múnich, 1985, pp. 157-162, p. 160.

Aun así, las consideraciones de Eco nos llevan a reflexionar en una dirección que posiblemente nos permita desarrollar una noción de comunicación política que supere esta actitud instrumental y educadora-manipuladora. Darle la vuelta a Eco no significa querer controlar las posibilidades de interpretación, sino crear situaciones de comunicación que puedan desatar lecturas discrepantes o divergentes de informaciones o situaciones. La idea de situación comunicativa nos remite a unas circunstancias, según las cuales no se

La guerra de los mundos

Nueva York, 30-10-1938: Orson Welles escenifica en la emisora de radio CBS un guión radiofónico basado en el clásico de la ciencia ficción «La guerra de los mundos». Los marcianos aterrizan en la tierra, matan a cientos de personas y conquistan América. En lugar de las formas habituales de narración, Welles escoge la retransmisión en directo y va introduciendo cortes con la últimas novedades entre música e información del tiempo, lo que provoca un estallido de histeria colectiva: miles de personas abandonaron las ciudades; pasados algunos días aún se podía encontrar gente atemorizada escondida en bosques y estaciones de metro.



«Han quemado el Liceo ¡¡A la huelga general!!»

caca de vaca biologicista (aun cuando los virus aporten otro mito poderoso al juego), y también más importante que la cuestión de si son ciertas las teorías de Burroughs sobre la manipulación de la CIA. Este mito tiene que ver con experiencias cotidianas, pues es cierto que se pone música de fondo sedante con ritmo cardíaco para estimular a los compradores.

Aunque las ideas psicodélico-alucinantes de Burroughs acerca de los efectos de los cut-ups, a primera vista, parecen tener sólo valor literario, el poder manipulador de los sonidos ha sido tomado cada vez más en serio, estudiado y empleado desde la «revolución electrónica». Estas ideas también han alimentado la fantasía literaria y fílmica: en «La naranja mecánica», de Stanley Kubrik, la música de Beethoven actúa de afrodisíaco en el joven violento Álex; después de una «desprogramación» en la cárcel, la misma música le provoca convulsiones y náuseas, hasta que al final vuelve a ser «reprogramado». En la película «Decoder» (1984), de Klaus Maeck, en la que participa el propio Burroughs como estrella invitada, se nos muestra un mundo ficticio donde todos los sonidos son controlados por el sistema. El protagonista principal, «F. M.», experimenta allí con la música de un restaurante de Hamburgo y monta una cinta cuyos ruidos provocan el pánico a todos los que entran en contacto con él. A principios de los noventa existió en Italia una revista con ese nombre.

Son muchas las personas que se interesaron por conceptos comunicativos subversivos y quedaron fascinadas por las ideas de los cut-ups. Los trabajos de Burroughs con grabadoras encontraron eco sobre todo en guerrilleras de la comunicación y de los media en los EEUU. Aun cuando no se probaron las complicadas y más que cuestionables técnicas de corte, en muchas manifestaciones militantes se pusieron cintas con ruidos y lemas; los ⊙ *yippies* ya aplicaron esta técnica a finales de los 60. En Berlín, con ocasión de la manifestación anti-Reagan en 1982, hubo cientos de cassetes en acción, que en un momento acordado se encendieron a la vez para hacer sonar ruidos de guerra, de helicópteros y de tiros mezclados con gritos en contra de Reagan. Y también en el futuro las guerrilleras de la comunicación continuarán jugando con el mito moderno de la manipulación subyacente: funciona —de alguna manera. ⊙

Dery, Mark: *Culture Jamming*, Westfield, 1993.

puede separar el contenido de la comunicación del proceso social y deslindarlo del mismo. En un proceso de comunicación siempre se transportan mensajes a diferentes niveles. Marshall McLuhan ha dado la vuelta a la idea de que sólo el contenido clarificador de las informaciones comunicadas mediáticamente determina el mensaje, para afirmar: «The medium is the message» (el medio es el mensaje). Tomada literalmente, esta afirmación significa que da lo mismo lo que se trasmita. Pero aunque así tomada pueda ser objeto de crítica, lo que no se puede poner en duda es que el medio resulta esencial como parte de la situación de comunicación. Consideremos, por ejemplo, la cuestión de en qué sentido un medio como la televisión actúa como garantía de dominio, y veremos que resulta evidente que, en este caso, la forma del medio (todos sentados ante la caja tonta consumiendo pasivamente imágenes e informaciones) puede ser tan importante como los contenidos transmitidos.

Es por esto que ha habido (y hay) numerosos intentos de lograr una modificación de la situación de comunicación al nivel del medio, introduciendo elementos recíprocos en la comunicación mediática de masas. Ya en 1932, Brecht había abogado por que se hiciera de la radio, como mero aparato de distribución, un aparato de comunicación verdadero, con la posibilidad de que «al público no sólo se le pudiera enseñar, sino que también él tuviera que enseñar algo». Numerosas radios alternativas y otros medios han intentado proporcionar a las consumidoras posibilidades activas de intervención. En algunos casos, como en el de ⊙ *Radio Alice*, se desarrolló a partir de aquí una concepción compleja, con el fin de promover formas de intervención y de interpretación discrepantes respecto a la normalidad; y de desarticular, al mismo tiempo, las lecturas «oficiales» de informaciones de mass-media. Sin embargo, en los medios de comunicación clásicos, como la radio, una práctica así se enfrenta a limitaciones, condicionadas por la estructura del medio que no permite la reciprocidad absoluta. Los nuevos medios de comunicación interactiva (internet, comunicación en red) permiten, seguramente, posibilidades más amplias para crear situaciones de comunicación de nuevo tipo.

Brecht, Bertolt: «Der Rundfunk als Kommunikations-apparat. Rede über die Funktion des Rundfunks». En: Brecht, Bertolt: *Über Kunst und Politik*, Frankfurt a. M., 1971 (1932), pp. 19-24.

La situación de comunicación también es esencial, por lo que se refiere a sí y cómo es transmitido un mensaje, para otras formas de comunicación además de la mediática. Un ejemplo podría ser una arenga política, cuando una persona se pone con un micrófono ante un grupo de personas, esperando silencio y atención para llenar el lugar o espacio con su voz. Si entonces nadie le presta atención, puede deberse también en parte a las circunstancias del mitin y, posiblemente, a la jerga o lenguaje político especializado

Los alborotadores ponen música de Wagner

El diario Bild-Zeitung escribía: «Durante la batalla de la plaza de Nollendorf, los violentos hicieron sonar la pieza de Wagner "La cabalgata de las walkirias", de la película antimilitarista "Apocalypse Now", desde grandes altavoces situados en un edificio colindante ocupado. En las paredes habían hecho pintadas incitando a la violencia como "Kill Reagan now" [mata a Reagan ahora]» (información con ocasión de la visitia a Berlín del presidente norteamericano Ronald Reagan, en 1982). Esta «batalla» es uno de los enfrentamientos militantes más legendarios del movimiento antimilitarista y del mundo okupa de Berlín. Independientemente de si sucedió realmente así o no, el trasfondo musical pocas veces se había elegido antes y después con tanto acierto.

empleado. Con sólo enjuiciar la forma estética(-lingüística) de expresión (p.e., nociones como «imperialismo»), muchas personas establecen determinadas presunciones sobre lo dicho. Y aun en el caso de que se escuche, dependerá de otros factores de la situación de comunicación el que haya una predisposición a mantenerse abierto a los mensajes del emisor (en este caso: orador).

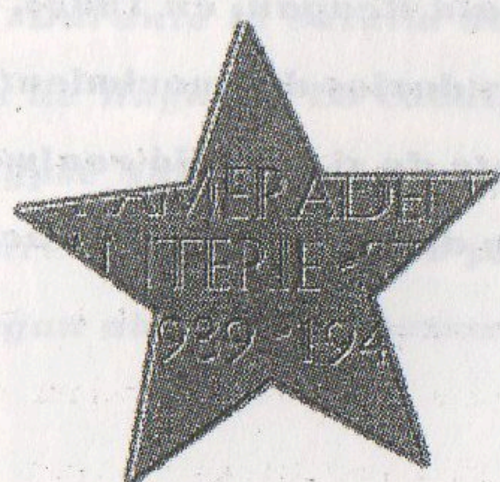
El concepto de guerrilla de la comunicación no tiene por finalidad «empaquetar» mejor los mensajes que queremos hacer llegar a las personas, en el sentido de una estrategia de publicidad, para así ser escuchados de una vez. A lo que se pretende llegar es a que, por principio, haya muchas posibilidades de interpretación a disposición de todos los sujetos. Las interpretaciones críticas y disidentes de acontecimientos y hechos surgen del «entendimiento cotidiano» (Gramsci) y no necesitan ser enseñadas. En muchas situaciones (por un interés propio bien entendido, para evitarse jaleos o por lo que sea), sin embargo, sólo se emplean aquellos modelos de interpretación «normales», casi naturalizados. Estos modelos de interpretación «normales» son aquellos que reproducen y afirman las estructuras de poder y, por lo tanto, de dominio. Una posible estrategia de comunicación podría consistir en crear situaciones localmente limitadas que ayudasen a activar perspectivas discrepantes. En este sentido, ya resulta subversivo perturbar los modelos de interpretación «normales». Para ello no se necesita ninguna teoría abstracta de lo que sucede en una situación de comunicación. Es suficiente con una «teoría ordinaria», es decir, conocimientos sobre lo que es «normal» y lo que no. Y esto está a disposición de todo el mundo.

Para nosotros hay dos propósitos de la política emancipatoria que continúan siendo preponderantes: la deconstrucción de los códigos dominantes y la difusión de códigos alternativos o emancipatorios propios. Para lo primero, lo que hacemos es apropiarnos de los códigos de la «gramática cultural» hegemónica, con el propósito de perturbarla, confundirla y desplazarla. Lo que está claro, naturalmente, es que este tipo de «perturbaciones» no pueden actuar en el sentido de una estrategia manipuladora, sino que sólo crean situaciones abiertas. Lo que resultará de éstas, lo que hagan los participantes con esta situación no puede ser predeterminado con precisión. Que nos gusten o no las lecturas que entonces puedan desarrollar las personas es algo que debe quedar abierto. Al mismo tiempo, deberíamos tener siempre presente que sólo estaremos en condiciones de hacer resplandecer, como mínimo, la utopía de otra vida, si no malentendemos la lucha política y social como la imposición de una ideología mejor.

Baudrillard, Jean: *Las estrategias fatales*, Barcelona, 1997.

Por lo que se refiere a la eficacia de los códigos emancipatorios, se debería reflexionar más profundamente acerca de cómo empleamos el lenguaje.

Placas conmemorativas convertidas en estrellas soviéticas



Jean Baudrillard presupone que, hoy en día, «el conocimiento sobre un acontecimiento es sólo la forma reducida de ese acontecimiento». ¿Qué significa esto? A lo que se refiere es a que la exposición de un acontecimiento en los medios de comunicación no abarca las múltiples y contradictorias dimensiones del mismo, sino que siempre pone el acento en los mismos aspectos por valerse de retículas y modelos de interpretación ya preparados y dispuestos: «Si, por lo tanto, el conocimiento se anticipa en sus modelos al acontecimiento o, dicho de otra manera, si al acontecimiento (o a la opinión) le precede su forma reducida (o su forma simulada), toda su energía se ve absorbida por el vacío». El problema es, evidentemente, el principio de representación. Lo importante no es sólo QUIÉN dice algo, sino antes que nada CÓMO se dice algo. «¡Es por eso que también terceras personas pueden hablar de otras, pero no sobre ellas! Quien hace uso de la lengua la debe entender como una práctica y no como un sistema de representación. Puesto que las representaciones no liberan nada, no dan pie a nuevos cambios, ¡sino que sólo ocupan!»

Reimann, Andreas: «Für eine Barbarei ohne Ästhetik». En: *RadioConText*, nº 15, 1995, pp. 32-40, pp. 33 ss.

De esta manera, sería necesario encontrar formas lingüísticas que fueran más allá de un concepto de lengua en tanto que representación esperable y que pudieran contribuir a su socavación. Una tesis, sobre la base de las ideas de Radio Alice y ○ **A/Traverso**, podría venir a ser: los códigos alternativos, emancipadoras ya no pueden ser cerrados y unívocos ni contribuir a un sentido reconocido. En la confrontación con los códigos cerrados de la normalidad social, estos códigos abiertos pueden provocar trastornos que conduzcan a que, por un breve instante, se produzca un vacío de contenido. Este instante de vacío ofrece la posibilidad de interpretar en un contexto nuevo lo hasta ahora no cuestionado. El «mensaje», el contenido comunicado por semejantes acciones subversivas, consiste en el propio ataque a las formas estético-culturales aparentemente evidentes. Transportan una crítica a las evidencias y, como mínimo, ayudan a aguzar la vista para reconocer que un evento aparentemente objetivo, puramente verbal y, a veces, presentado apolíticamente, siempre representa también un acontecimiento político. Y un ataque así no debe ser menos valorado que la intervención mediante un discurso de contenido clarificador. Aun cuando resulta más fácil identificar claramente el mensaje de una crítica argumentativa —puesto que da la seguridad a quienes lo pronuncian de exponer sus posiciones de manera clara e inconfundible—, dado que esta forma de crítica se fundamenta en modos de comunicación socialmente hegemónicos, de esta manera reconoce, indirectamente, la legitimidad de los discursos hegemónicos y contribuye también a una estabilización de la situación dominante.

Lo que no se puede formular, desde luego, con los códigos abiertos es una

Placas conmemorativas convertidas en estrellas soviéticas .

Después de años de polémica, en septiembre de 1996 desapareció en Tubinga la placa conmemorativa de la 78 División de Infantería y Asalto de la Wehrmacht, que había participado en los crímenes nazis en la Unión Soviética. Un trozo de la placa fue enviada al diario local de parte de los «Jóvenes Pioneros del Ejército Rojo/Fracción Tubinga»: «Cortada limpiamente con la radial, de la placa cuadrangular no quedó más que una estrella roja. [...] "Con nuestra pequeña acción queremos honrar la resistencia antifascista del Ejército Rojo"», se dice en el comunicado que pretendía que la estrella sustituyera ahora a la lápida conmemorativa.



Los dandies de los datos – y el canal no para de zumbar

Los media son el tema del futuro. La teoría de los media es la flipada absoluta en el paisaje teórico presente. Nuevos media, tecnología mediática, comunicación en red, simulación, construcción, realidad mediática, no hay ningún otro lugar donde se puedan vender más efectivamente al público las frases postmodernas y post-postmodernas más triviales.

Al contrario que todo el bla, bla, bla mediático, los mezcladores de teorías de la Agencia Bilwet («Bevorderung va de illegalen wetenschap» = fomento de la ciencia ilegal) de Amsterdam apuestan por visiones teóricas horrorosamente bellas. Hacen suyo el discurso dominante de la palabrería teórico-mediática, exageran sus florituras y la ponen patas arriba: «Citamos mucho, pero no estamos de acuerdo ni con los postmodernos ni con el contexto en el que sitúan las citas. No tenemos una sensación de fin de siglo; al contrario, somos muy optimistas, sin llegar a ser proféticos. Todo lo que se nos viene encima, lo queremos controlar mediante el uso. Queremos ser sujeto activo. No eres víctima de los media, mientras que los utilizas. Es por eso que nos paseamos por los media de una manera rabelaisca. Para nosotros las señales no son inmateriales, sino táctiles. Nos revolcamos en el fango mediático». Bilwet ha fabricado inventos teóricos tan maravillosos como la idea de los media soberanos. Manejan el lugar común postmoderno de la recepción de la toma de la realidad por los media con su visión de los media «in outer space», en la hiperlógica. Finalmente, se revela como visión extraordinaria el concepto de un universo paralelo de los media soberanos, liberado de oyentes, libre de la necesidad de construcción de aburridas realidades para todo el mundo.

Cit. seg. Lovink, Geert: *Hör zu – oder stirb! Fragemente einer Theorie der souveränen Medien*, Berlín, 1992.

Los media soberanos se protegen contra la hipercultura. No buscan manera de conectar, sino que se desvinculan. No crean información ni contrainformación. En tanto que media negativos no se quieren definir positivamente. No sirven para nada, no buscan llamar la atención y no suponen un enriquecimiento del paisaje mediático. Por su apariencia no suponen una crítica radical de la producción (artística) capitalista. Son completamente ajenos a todo el negocio político y al mundo artístico. Escapan a la fiebre tecnológica y hacen realidad proyectos tecnológicos futuros, montando escotillas de entrada al ciberespacio a partir de radiocassetes desechados, programas inútiles, canales con generadores de ruido incorporados, desechos electrónicos y datos basura.

«Sin la conducta de una existencia misteriosa, los soberanos pasan desapercibidos, puesto que se quedan en la mancha ciega que provoca en el ojo las agudas emisiones mediáticas. En tanto que categoría separada, los media soberanos son tan difíciles de reconocer porque la forma en la que aparecen nunca puede brillar plenamente. Sus productores de programación no la dejan ver; sólo se

Agentur Bilwet: *Medien-Archiv*, Bensheim/Düsseldorf, 1993.

utopía vinculante. Pero la comunicación de utopías propias resulta posible, en todo caso, sólo a través de una práctica social propia. De lo que se trata es de hacer aparecer, al menos por breves instantes, «otra realidad», en medio del aburrimiento de la normalidad social, «que nos permita vivir y sentir entre nosotros aquello por lo que vale la pena seguir luchando mañana» (Eco: 1985). Somos conscientes de lo difícil que resulta esto bajo una presión continua que no procede sólo de afuera, sino también del propio anhelo de integración en justamente esa normalidad.

Contrainformación, teoría mediática y el fetiche información

Una mirada a las teorías de la comunicación es suficiente para comprender por qué una guerrilla de la comunicación no puede apostar ya exclusivamente por las estrategias tradicionales de esclarecimiento de la contrainformación de izquierdas. Esto no supone que hayan quedado obsoletas las formas anteriores de trabajo político. La crítica a las concepciones de contrainformación de la izquierda no supone cuestionar la necesidad de una «discusión en torno a los hechos y las interpretaciones de la realidad», y despedirse de la contrainformación. Lo que sí tiene que hacer, no obstante, es plantearse las mismas preguntas que se dirigirán a toda acción de guerrilla de la comunicación: ¿bajo qué condiciones, en qué situaciones comunica la contrainformación a los destinatarios una visión crítica sobre la normalidad cotidiana?, ¿bajo qué presupuestos y respecto a quién puede tener un efecto de cambio social? Para responder a la pregunta por la función actual de la contrainformación clásica nos será de ayuda echar una ojeada a la práctica precedente. Tal como sostiene Geert Lovink, nos parece adecuado distinguir dentro de los medios de comunicación de izquierdas –según una tipología ideal– entre los «alternativos» y los «propios». Los medios «alternativos» toman como referencia

«Görg, Christoph: Wenn das Megaphon in die Sub(kultur) fällt. Zur Kritik der "Bewegungsle(e/h)re"». En: *links*, nº 28, 1996, pp. 312/313.

Lovink, Geert: *Hör zu – oder stirb! Fragemente einer Theorie der souveränen Medien*, Berlín, 1992.

Calle Desalojadores

Los nombres de las calles suelen hacer honor a algún suceso o figura destacada de la historia. Sin embargo, con el tiempo, pierden en actualidad. Así que la Fiambrera Obrera pensó que, en un barrio degradado como Lavapiés (Madrid), era importante hacer un reciclaje, rebuatizando, entre otras, la Calle Embajadores.



«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...» – En directo con: Peter Grohmann



ven sus máscaras en formatos para nosotros desconocidos. Todo experimento exitoso que pueda ser interpretado como expresión artística al igual que política se ve sometido inmediatamente a su contaminación. Los mezcladores de la casa no provocan desde allí, sino que contaminan a los pasantes con banalidades infectadas que se presentan en todo su cordial no decir nada. Madejas inextricables de interpretación e ironía hacen imposible orientarse incluso al lector de media experimentado» (Lovink, 1992).

Esta concepción aborda elementos que, en parte, estaban presentes ya en la práctica de radios como ⊙ *Radio Alice* y que habían sido desarrollados en Amsterdam por las impulsoras de Radio Vrije Keijzer, Radio 100 y Radio Patapoe. Se superan conceptos tradicionales de contrainformación, al llevar a cabo una relativización del concepto mismo de «información», frente al que se sitúa con rango igual el principio de «deformación». Lo emitido por otros emisores se convierte en objeto de mezcla, en material de una práctica mediática desconcertante, que se sustrae a las formas convencionales de interpretación (y al diálogo con el poder que implican).

Tal como sucede con la mayoría de concepciones de los guerrilleros de la comunicación, de Bilwet apenas se puede saber si tras la idea de los media soberanos sólo se esconde una visión de futuro del uso alternativo de los media, una divertida deconstrucción de utopías y visiones horrorizadas de la «sociedad mediática» o simplemente las ganas de fabular. Bilwet lleva a cabo una producción teórica que nunca se acaba de tomar en serio a sí misma, que siempre opera en la frontera del trash y que justo por esta razón conserva su interés. Por otro lado, las mezclas como la teoría de los media soberanos están en una extraña relación de tensión con las demás actividades del grupo. Lejos de querer ser simples payasos de la teoría, precisamente en el contexto de internet, Bilwet intenta realizar fundamentalmente una política de contrainformación «tradicional», de difusión de contrainformación y de su defensa contra intentos de censura. Sólo que justamente: hacen todo esto de una manera más bien discreta, con seguridad, pero sin la habitual flipada mediática fanfarrona. ⊙

Agentur Bilwet: *Der Datendandy*, Mannheim, 1994.

Lovink, Geert/Schulz, Pit (ed.): *Netzkritik*, Berlin, 1997, y. Agentur Bilwet: *Bewegungslehre. Botschaften aus einer autonomen Wirklichkeit*, Berlin, 1991.

preferentemente los medios de comunicación burgueses, en tanto que hacen suyo el objetivo de corregir el contenido o completar el espectro de informaciones existente. Fue sobre todo en los años 70 y 80 cuando lograron ofrecer lecturas divergentes de las contradicciones políticas y sociales, para contribuir a la constitución de una opinión pública «liberal». Por el contrario, los medios de comunicación «propios» no se proponen principalmente la concienciación de los «otros», es decir, influenciar y enriquecer a la «opinión pública». A diferencia de los medio «alternativos», éstos se sitúan a sí mismos fuera del centro social; tanto por sus contenidos, con posicionamientos y discusiones explícitamente de izquierdas, como por el hecho de hacer suyos códigos y temas subculturales. Los «medios» propios son puntos de orientación para la práctica social de las diferentes escenas y subculturas de izquierda; ofrecen foros para discusiones específicamente de izquierdas, y en determinadas circunstancias estabilizan identidades sociales. Se mueven, ciertamente, en un ámbito muy reducido, debido a la jerga y manera de actuar de su base subcultural, pero precisamente esto posibilita un intercambio relativamente cercano entre público y medio.

Estas reflexiones muestran que son importantes los marcos sociales de relación y las prácticas políticas y culturales extramediáticas, a la hora de valorar la importancia de los medios de comunicación de izquierdas. Sin embargo, la importancia de esta relación ha sido obviada ampliamente en las discusiones sobre la contrainformación de izquierdas, mientras han sido dominantes ideas fundamentadas en las posibilidades de una intervención mediática de izquierdas en la opinión pública burguesa. Se partía –exagerando la nota– de que se conseguiría provocar algún día una reacción en cadena que cambiaría la sociedad con sólo contar con suficientes activistas que hicieran contrainformación en todos los sitios posibles. Siguiendo esta lógica, una gran cantidad de proyectos mediáticos de izquierda hicieron suya la labor de divulgar las noticias marginadas por los medios de comunicación burgueses. Esta concepción de la contrainformación es definida por Lovink como «modelo megáfono», puesto que da por supuesto, sin decirlo, una relación causal entre información, conciencia y actuación. Se esconde tras ello, en última instancia, un modelo de comunicación lineal, en virtud del cual basta con sustituir las ideas «falsas» por las «correctas»: si las personas tienen oportunidad de oír suficiente tiempo «la verdad», algún día cambiarán su opinión y se volverán contra la situación dominante.

La experiencia de los últimos decenios ha demostrado que una concepción semejante de los medios de comunicación y su recepción, centrada en la transmisión de las informaciones «correctas», se queda demasiado corta. Es cierto que en buena parte gracias a la existencia de la contrainformación se hicieron de acceso relativamente fácil, al menos en

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

Me dispongo a explicar una acción que un frío sábado por la tarde pudo ser presenciada por el casi repleto Neckarstadion de Stuttgart, luego por los millones de telespectadores de los programas deportivos de la noche y, por si fuera poco, por otros tantos cientos de miles de lectores de los diarios del domingo y del lunes de todo el país. El 17 de noviembre de 1967 jugaba el VfB Stuttgart contra el Borussia Dortmund. Excepcionalmente, esta vez también el mundillo político-literario izquierdista hizo acto de presencia en el Neckerstadion; en una de las curvas de a pie, para ser exactos. En aquellos años los seguidores todavía podían llevar consigo banderas, pancartas o lo que fuera. Nosotros llevamos con nosotros, además, dos o tres botellas de aguardiente: primero, para combatir el frío; segundo, para armarnos de valor; y tercero, para ganarnos las simpatías del público cercano. Cuando se había jugado ya una tercer parte del partido —las masas miraban absortas el campo de juego— desplegamos muy lentamente, como se había acordado, la primera pancarta: «Borussia - saluda - a - los - compañeros - en - Ha - noi». No es más que un viejo prejuicio pensar que los seguidores de fútbol carecen de formación

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

algunos países, las informaciones de carácter socialmente crítico. Hoy en día, en la sociedad burguesa no son dichas informaciones las que faltan, sino que el problema principal es su ineficacia absoluta. Esto no significa que ya no se necesiten; pero sí que resulta problemática una concepción política que confíe principal o exclusivamente en su fuerza.

En su libro *Modos de hacer*, Negt/Kluge señalan que los sujetos sólo hacen suya «la simple reproducción de la realidad», cuando saben al mismo tiempo cómo pueden cambiar activamente las circunstancias opresivas: «No es más que a partir de esta posibilidad de actuación que se puede reclamar su interés por la realidad». Esto deja claro que la práctica mediática tiene que ser pensada en un contexto más amplio de actuación social, política y cultural. A veces, lo importante no es si algo sale en los diarios o no, sino que la gente hable y cómo hable de determinadas situaciones. La (contra)información es entonces más que una pantalla, radio o diario. Las estrategias que apuestan sólo por las informaciones mediáticas, sobrevaloran su efecto y se mantienen al amparo de la buena sociedad burguesa, como muestran las discusiones en torno a la violencia mediática.

Negt, Oskar/ Kluge, Alexander: *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Salamanca, 2000.

Hay otro aspecto aquí que nos parece importante: la idea de que los medios de comunicación de masas usuales, una vez en manos de las personas adecuadas, se pueden emplear como un instrumento para la formación de una voluntad democrática es cuestionable ya en su esencia, puesto que estos medios no son democráticos. Su forma de comunicación se basa en el principio de la multiplicación de informaciones sólo en una dirección, del productor al consumidor. A través de la calle de dirección única de su canal de comunicación, reproducen posiciones del poder y hacen imposible un intercambio en igualdad de condiciones: los mass-media imponen un marco muy estrecho de qué y de qué modo puede ser comunicado por quién, y quién está condenado a callar. Por causa de esta no reciprocidad, para las receptoras pueden resultar, en muy reducida medida, punto de partida o elemento para prácticas sociales que vayan más allá del consumo de información (para los que la producen esto puede resultar diferente).

Contrainformación y práctica social

Esta crítica a una concepción de los media muy difundida entre la izquierda también le da una nueva luz a la tan cacareada crisis de los media alternativos. Seguramente, tampoco es que antes la contrainformación de izquierdas «funcionase» mejor que ahora; sino que más bien la relativa fuerza de los movimientos sociales hacía invisibles las insuficiencias de la comunicación mediática. Allá donde se creía haber avanzado gracias al trabajo de concienciación, tal vez no fuese en realidad la brillantez arrebatadora de los argumentos de la contrainformación lo que

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

política: el público supo enseguida que nos referíamos a los de Wurtemberg, lo cual se deducía por el empleo de la expresión suava «Ha noi» (para los no suavos vendría a equivaler a «Ach... nein» —en castellano: «oh... no»—, pronunciado con actitud resignada como: «Ha... noiii»). El juego no se suspendió por la pancarta: cuando abajo, en el campo de juego, la cosa se ponía interesante, las decenas de miles de espectadores miraban para abajo; cuando la cosa se ponía aburrida abajo, los espectadores miraban hacia el saludo proveniente de Dortmund. Más de uno se preguntaba, claro está, si eso de «Hanoi» iba ciertamente por los suavos; y cada

despertó en mucha gente el interés por determinados temas y puntos de vista y la necesidad de acceder a determinadas informaciones; sino que más bien este interés sería expresión de cambios en el propio contexto vital, con el trasfondo de esa evolución social en cuyo curso también fueron ganando en importancia los «nuevos movimientos sociales».

Volviendo sobre nuestro planteamiento anterior, esto significa que no sólo los media (de izquierdas) contribuyeron a la expansión de los movimientos políticos, sino que también la fuerza de estos movimientos, sobre la base de una situación social específica, hicieron posible, a su vez, la efectividad de los diarios, revistas y radios de izquierdas. El movimiento pacifista, antinuclear o feminista ofrecía determinados contextos y posibilidades de actuación. Sobre esta base, las informaciones de los media «alternativos» podían estar seguras de contar con un interés especial. Además, estos media tenían una importante función como referencia de autoconciencia y de creación de redes. El problema de que las informaciones mediáticas resulten mayormente ineficaces sin posibilidades de actuación en el marco de una práctica social pasó entonces inadvertido; y por eso pudo mantenerse la idea de que la información mediática conduce por sí misma a la acción política. Hoy en día, sin embargo, con el trasfondo de la ausencia de movimientos políticos y sociales fuertes, se hace evidente que los medios de comunicación «contrainformativos» no pueden obviar esta exigencia. Este desarrollo subraya la certeza del análisis de Negt/Kluge de que la información, por sí misma, no tienen ningún efecto, si no se halla vinculada a una práctica social.

Campaigning

Miremos por encima del borde del plato de la práctica mediática de izquierdas hacia la corriente principal de los medios de comunicación de masas burgueses y nos parecerá, de entrada, que dicha mirada contradice nuestra tesis de que «las informaciones son tendencialmente inefectivas». Hay temas que, aunque pertenecen en realidad al ámbito de la contrainformación clásica (ecología, armamentismo), se han convertido en objeto de grandes campañas de prensa exitosas en su marco autoimpuesto. Habiéndose puesto por meta objetivos a corto plazo, las protestas de Greenpeace contra el hundimiento de la plataforma de Shell en el Mar del Norte así como contra las pruebas nucleares francesas en el atolón de Mururoa alcanzaron una repercusión bastante amplia. Bueno, claro, tratándose de Greenpeace...

Pero acciones de este tipo, que calculan con exactitud la forma de funcionar de los medios de comunicación públicos, para lograr un efecto lo más amplio posible, también son posibles en otros ámbitos. Mientras que hacía años que pequeños grupos políticos intentaban organizar la solidaridad con el preso político Mumia Abu Jamal, obteniendo resultados muy modestos, una amplia campaña de prensa consiguió evitar, al menos temporalmente, el

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

cierto tiempo se extendía un murmullo generalizado, acompañado de decenas de miles de miradas a seis valientes revolucionarios de Stuttgart. Una vez transcurrido exitosamente el primer acto, procedimos a prepararnos para el segundo: invitamos a una ronda de aguardiente. El frío venció la desconfianza reinante en ambas partes. Aun cuando la violencia en los partidos de fútbol era entonces una excepción, las interjecciones del tipo «que le corten el pijo» o «que lo envíen al otro lado», «a trabajos forzados», «a Siberia con él», etc., formaban parte de la sabiduría popular. La disposición a

Radio Alice

es obscena como la lucha de clases

En las grandes ciudades italianas, en los años setenta, tuvo lugar un encuentro de profundas consecuencias: en las reservas, en los márgenes de la sociedad, los jóvenes que allí vivían, los «indios metropolitanos» (○ *Indiani Metropolitani*) desarrollaron técnicas extremadamente interesantes y mordaces de rebelión contra las condiciones alienantes de vida. El recurso combinado a principios y métodos tanto socialrevolucionarios como vanguardistas marcó los enfrentamientos culturales y políticos en el triángulo Milán-Bolonia-Roma y molestó por igual a las élites dominantes como a los comunistas de partido. En los enfrentamientos culturales, el movimiento reclamó para las masas lo que la cultura de élite sólo reconoce a la vanguardia, a saber, transgresión de las reglas, improvisación lingüística y expresión sin control; sintetizando: introducir el desorden en las coordenadas al uso de la verdad. Es en este contexto donde nace Radio Alice en Bolonia.

En Bolonia, la ciudad roja de Italia, ardían no sólo las orejas de las oyentes de Radio Alice. El colectivo de la radio, por un lado, perturbaba las costumbres auditivas habituales y, por otro, recuperaba la base de la comunicación, la retroalimentación permanente, perdida en los medios de comunicación de masas. La reunión de oídos y bocas en sujetos convirtió a la radio en una «piazza» virtual, en un espacio social, donde se mezclaban personas, actividades y subjetividades, y consiguió «la radicalización del medio radiofónico hacia un medio de comunicación». Con la

asesinato legal de Mumia. Por lo visto, resulta posible alcanzar no sólo resonancia social, sino también éxitos concretos por medio de un empleo determinado de los medios de comunicación burgueses. La condición para una utilización semejante de los media, que aquí denominamos *«campaigning»*, es ciertamente someterse en buena parte a los mecanismos de funcionamiento de estos media. El fetiche mediático «suceso» es el que determina lo que se informa. El espectáculo de las acciones de Greenpeace sirve a este fetiche tanto como la manera de presentar a Mumia («El hombre que escribió un libro desde la galería de la muerte»). El éxito de este tipo de «campaigning» se debe, en última instancia, a que se limita a intervenciones puntuales, a corto plazo y «realistas», en cuyo marco se ofrecen indicaciones de actuación concretas a las consumidoras de los media que pueden ser seguidas por cualquiera en el marco de su cotidianidad: boicot a las gasolineras de Shell, no compres productos franceses, escribe al juez Sabo.

Estas indicaciones de actuación no cuestionan de una manera esencial la actuación o forma de vida de los destinatarios, sino que les posibilita percibirse como participantes críticas del acontecer político sin criticar la estructura de la sociedad en su totalidad. La actuación social transmitida por la prensa se agota en la intervención respecto a cuestiones puntuales y de acuerdo con, al menos, una parte de los sectores dominantes

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

pegarle de vez en cuando una buena paliza a alguien o a romperle los dientes también forma parte de los hábitos tradicionales alemanes. Que quede entre nosotros: nosotros ya entonces éramos muy malos peleando. El valor, sin embargo, no nos había abandonado; procedimos, pues, a desenrollar la segunda pancarta en combinación, otra vez, con el transcurso del juego: «El VfB saluda a los valientes...». Ahí nos paramos e hicimos primero una pausa. Cuando desenrollamos la última palabra, las expresiones de sorpresa e incredulidad recorrieron casi todo el estadio: «Vietcong». Ahora ya había saltado la liebre. Todos los que nos rodeaban, entre

Gruber, Klemens: *L'avanguardia inaudita*, Milán, 1989.

multiplicidad de voces se expresaba también el rechazo contra el sentido fijado de las palabras y una ruptura con el consenso social. Radio Alice destacó por su apertura radical como punto de encuentro mediático en el que todos podían dialogar entre sí. El medio más importante para ello fue el teléfono y una manera determinada de valerse del ○ distanciamiento: «Habla, oyente, y emplea un lenguaje sucio pero inteligible. Arrastra por la mierda el sentido oculto del texto». Hay dos formas de distanciamiento especialmente efectivas para la crítica práctica mediante el lenguaje de las situaciones: el comentario indirecto y el crítico. El comentario indirecto no es otra cosa que la reapropiación consciente de las sutilidades, continuamente practicadas, presente en las formas de expresión familiares a todas. Para ello, se introduce como comentario la forma habitual en que se hace inteligible un contenido, sin decirlo expresamente. Un ejemplo puede ser una entonación exageradamente larga: «que boonitaaa que estaás hoooy».

El comentario indirecto persigue darle la vuelta al texto: desinterés patente, dialectos y entonación incorrecta, errores de pronunciación, tono de voz raro, empleo erróneo de palabras, confusión de consonantes, trastocamiento de sílabas, introducción de pausas molestas, solapamiento con conversaciones sin interés, atrabancamientos difíciles y luego gruñidos irritantes, silencios inadecuados, seguidos de nuevo por el ronroneo de la repetición continua de determinadas formas oficiales de hablar —de manera pura o deformada.

(declaraciones de Weizsäcker y Kinkel en favor de Abu Jamal). Lo que resulta de aquí no es tanto una práctica social como una simulación (mediática) de la misma –de la misma manera que las grandes manifestaciones («oficiales») contra la xenofobia se podrían interpretar como una simulación de antirracismo, que sustituye a una práctica antirracista cotidiana inexistente. Mientras que un llamamiento como «Boicot a Shell» puede transmitirse con éxito a través de la prensa, no resulta posible dotar de contenido con llamamientos así una práctica social que tenga por objetivos cambios sociales profundos. Ésta exige discusiones, experimentos, valor para decidirse por lo no acabado y no realista, es decir, todo aquello para lo que no hay sitio en la calle de una dirección de los mass-media.

Don't believe the hype? Contrainformación en internet

Aunque nos planteemos qué nuevas oportunidades se derivan de los nuevos avances técnicos para una contrainformación de izquierdas, lo que nos interesa en primer lugar no es saber qué nuevos canales de transmisión de comunicación nos ofrecen, en general, el correo electrónico e internet. Lo que realmente importa es aclarar en qué lugar del espacio social se sitúan estos nuevos medios y qué nuevas perspectivas (de actuación) abren. También las discusiones en torno a internet como nuevo lugar para una práctica mediática de izquierdas giran, sobre

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

trago y trago de aguardiente, adoptaron una actitud de distancia prudencial. Abajo en el estadio, fuera del campo de juego, a nuestra altura, se fueron acercando, a paso ligero, y reuniendo todo un montón de hombrecitos verdes [color del uniforme de la pasma alemana; N. T.], lo cual no sólo nos aseguró la atención del público, sino también la de la televisión y de los reporteros gráficos. Ojo al dato: a más hombrecitos verdes, más prensa. Para cuando la policía llegó hasta nosotros y nos arrebató las pancartas, nos habíamos ganado la atención completa y absoluta del estadio; hasta los jugadores habían dejado salir la pelota fuera de banda...

Alice transformó la radio en un medio en el que se podía hacer uso de todos los registros para deformar las palabras y escarnecer el lenguaje. ¿El lenguaje de quién? Esto es lo que aclara el comentario crítico. Descifrar novedades, traducir expresiones oficiales y corregir informaciones, desvelar eufemismos: «¿El nivel de los salarios no se quiere o no se puede mantener?» Radio Alice, sin embargo, no atacaba esta posibilidad como tal, sino que hacía posible lo imposible: por medio de la transmisión telefónica en vivo. Numerosas de estas acciones maodadaístas (⊙ dada) se basaban en la circunstancia de que el teléfono es un instrumento estratégico contra aquel que normalmente es inalcanzable:

Una buena mañana, estaba aún roncando apaciblemente el primer ministro y hombre de enlace con la mafia en el Gobierno, Giulio Andreotti, cuando sonó estridente el teléfono en su mesita de noche. No era el despertador digital lo que perturbaba sus sueños, sino Gianni Agnelli. El influyente propietario y jefe de la FIAT era el telefonista madrugador. Exigía el apoyo estatal inmediato para meter de nuevo en cintura a sus recalcitrantes trabajadores. Cuando el adormilado Andreotti le prometió sumisamente su lealtad y ayuda no sospechaba, claro está, que Agnelli no era Agnelli y que al otro lado del hilo telefónico las oyentes de Radio Alice podían reírse a pleno pulmón de la teoría del capitalismo monopolista estatal tan ejemplarmente demostrada por lo menos una vez.

Tomemos nota: no se trata de que te den la razón, sino que a veces parece tener más sentido provocar de tal manera que el otro o la estructura acabe desenmascarándose por sí misma.

El último acto policiaco-militar fue retransmitido en directo por Radio Alice.. Cfr. Colectivo Radios Libres: *Alicia es el diablo*, Barcelona, 1981.

Radio Alice intentó conquistar una voz en contra de la no-comunicación mediática. Se trataba de una voz que no quería ser altavoz de nadie: ni proclamar la verdad ni animar a las masas. Alice más bien extendió su intervención política «al ciclo completo de la información» y fundamentó así «la deconstrucción metódica de la realidad mediática dominante» por medio de la «guerrilla de la información» (Gruber, 1989, pp. 45 ss.)

La radio de los «indios metropolitanos» fue destruida en marzo de 1977 con la colaboración resuelta del PCI. Tal vez porque era más peligrosa que otras formas de ⊙ contrainformación de izquierdas. ⊙

todo, en torno al fetiche «información, información y más información», y para todo el mundo. Embriagada por el hecho de encontrarse ante una corriente de información descomunal, internacional y, por esta causa, apenas censurable, la discusión se queda anclada con frecuencia en este punto.

Sin embargo, también en este caso nos hemos de preguntar qué valor se le debe adjudicar a semejante información. Se habla aquí de estos medios como si se tratara de la opinión pública en sí misma: «La discusión sobre el correo electrónico como medio universal acaba por demostrar su condición de mito, cuando el intercambio de datos e informaciones políticas se convierte en un fin en sí mismo, si éstos finalmente no se materializan en una práctica política. Esto significa que con el empleo de esta nueva tecnología (en sí mismo) ¡no se consigue nada!» Una vez más, se discute técnicamente sobre informaciones y canales, pero no sobre las condiciones de recepción, sobre acción política y social.

Hay una versión de este capítulo publicada, donde se tiene más en consideración este aspecto: Autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe «Bewegungslehre. Anmerkungen zur Entwicklung alternativer und linker Gegenöffentlichkeit». Update 2.0. En: Lovink, Geert/Schultz, Pit (ed.): *Netzkritik*, Berlín, 1997.

Kunz, Thomas: «Medien, Mythen, Mailboxen». En: *links*, nº 26, 1994, p. 3.

La cuestión más interesante para nosotros sería qué pensar de planteamientos que ven en internet también, y precisamente, un lugar potencial de nuevas prácticas sociales. No se puede ignorar que internet se diferencia esencialmente de los media tradicionales en la medida en que ofrece la posibilidad de una comunicación recíproca e interactiva. ¿Existe la perspectiva de crearse en este marco lugares autodeterminados, «zonas temporalmente autónomas» (Hakim Bey), en los cuales se puedan derogar (formulado aún de una manera no definitiva), al menos durante un tiempo, las normas sociales? Y en caso afirmativo, ¿qué consecuencias tiene esto sobre la existencia social exterior a las redes?

La crítica a planteamientos semejantes se formula con frecuencia desde una posición que, de una manera abierta o implícita, contrapone las formas «auténticas» de comunicación, interacción y práctica social en el mundo «verdadero» al mundo virtual del ciberespacio. A nosotras una contraposición y valoración de carácter subliminalmente naturalizador nos parece cuestionable. Tal vez, justamente la comunicación reducida y «no auténtica» de la red nos ofrezca la oportunidad de derogar, como mínimo parcialmente, las identidades sociales por lo demás inamovibles. No obstante, quedan algunas cuestiones críticas por resolver: ¿Quiénes son los actores en internet? (el 90%, ciudadanos varones blancos de clase media, lo mismo que en la izquierda...) ¿Cuánto tiempo pasará hasta que se haya podido domesticar policial y jurídicamente los espacios de juego existentes en la red? ¿Hasta qué punto existe el peligro de que nos toque jugar una vez más a hacer de vanguardia en el proceso de modernización capitalista, cuyas prácticas luego se ven integradas de forma

«El VfB Stuttgart saluda a los valientes...»

Las pancartas seguirán, seguramente, bajo custodia de la policía de Stuttgart. Según lo que yo sé, ni siquiera nos tomaron la filiación —qué poco celo profesional. Pero dado que el éxito mediático fue arrollador, renunciamos a interponer una queja por la intervención policial. La prensa soltó una retahíla de reproches: ahora llevan la política hasta al deporte. El VfB Stuttgart, por cierto, envió un comunicado de desmentido un par de días más tarde (en el fútbol se tarda un poco más en reaccionar) e hizo saber que el equipo nunca había saludado al Vietcong. No estoy muy seguro de ello.

La misa de Pascua de 1950

Poco antes del comienzo de la misa de Pascua en la catedral de Notre Dame de París, un pequeño grupo de letristas, un grupo predecesor de la Internacional Situacionista, se coló inadvertidamente hasta la parte posterior del templo. En una estancia contigua pillaron a un sacerdote, lo amordazaron, lo desnudaron y lo ataron. Michel Mourre, que en tiempos pasados también había pensado en vestir los hábitos, se vistió con la ropa del sacerdote y, poco antes del comienzo de la misa, subió las escaleras que conducían al altar. Tras un momento de silencio respetuoso, tomó la palabra: «Hoy, domingo de Pascua del año sagrado,

comercializada y descafeinada en la normalidad social? Lo que a nosotras nos parece esencial en la discusión es, en todo caso, no dejarse catapultar una misma al ciberespacio, sino tener cuidado de no perder la relación entre comunicación en la red cibernética y la comunicación en la vida de tiempo «real». Si no, corremos siempre el peligro de discutir centrándonos demasiado en la tecnología o incluso de caer en el mito de la «sociedad de la información».

«¡Adelante y olvidémonos de todo!»

Nos queda la cuestión de a qué conclusiones nos llevan nuestras reflexiones acerca de una práctica mediática de izquierdas. El objetivo principal de una política de izquierdas en la actualidad debería ser, según nuestra opinión, hacer pensable de nuevo ideas alternativas de relaciones sociales en contra del consenso hegemónico existente. Sin embargo, se debe de tener en cuenta que, a diferencia de en el pasado, apenas si resulta posible construir un discurso hegemónico de perfiles nítidos en cuanto a su contenido: la ideología dominante se transmite también y sobre todo por medio de las formas de la representación. En relación a los media alternativos, esto significa que sus formas son absorbidas y sus contenidos neutralizados (es lo que pasa, por ejemplo, cuando las funciones de servicios culturales innovadores desarrollados por medios alternativos se convierten en la base económica de magazines como *Prinz*). Debido a la pérdida de funcionalidad asociada a esta evolución, los media «contrainformativos» se ven devueltos al papel de fanzines que se dirigen sólo a un espectro social relativamente pequeño.

No es que en esa condición dejen de tener una función. Los medios de izquierda pueden continuar siendo un punto de partida para hacer llegar determinadas informaciones al público (también al burgués) y provocar allí momentos de deslegitimación del orden dominante. Además, para las subculturas y sectores menores del público son de suma importancia estructuras de comunicación en funcionamiento: los media propios abren el espacio donde se puede pensar y discutir lo disidente y alternativo.

Resulta importante, sin embargo, reflejar las limitaciones de una función así de los media para luchar (¿catch, boxeo, aikido...?) por posibilidades y espacios de actuación social fuera del mundo virtual de los media. Una práctica social rupturista necesita de la utopía concreta de otra sociedad, y ésta no surgirá a nivel mediático. El cambio social empieza también y en primer lugar en el día a día social. La utopía de otra sociedad no se deja expresar en letras, sino a lo sumo en formas culturales; no como un texto acabado, sino siempre de manera fragmentada e incompleta. Y es en este contexto donde los media de izquierdas han de ocupar un lugar importante, aun cuando esto no acabe de gustar a los grandes hacedores (a los que, como se sabe, les gusta concebir pensamientos grandes y de amplia repercusión estratégica). Los media de izquierdas resultan imprescindibles como medio de

La misa de Pascua de 1950 ...

tomando como testigo a la basílica de Notre Dame, acusó a la Iglesia católica universal del mal uso mortal de nuestras fuerzas vivas para un cielo vacío». Cerró su intervención con las palabras: «En verdad, os digo, ¡Dios ha muerto!». Tardó algunos minutos hasta que la comunidad reunida entendió lo que estaba pasando. El supuesto sacerdote escapó de la iglesia por una puerta trasera; sin embargo, fue acorralado por la furiosa turba eclesiástica en el muelle, donde intentó lincharlo. Esto obligó a Michel Mourre a entregarse a la policía para salvar el cuello. No obstante, hay un rumor que afirma que esa misa de Pascua también

autocomprensión. Comparándolo a ilusiones anteriores puede parecer poco, pero es más que nada, desde luego.

La noción de guerrilla de la comunicación, por lo tanto, no se contrapone a una práctica contrainformativa. Las dos nociones más bien se complementan. Puesto que ¿de qué sirven los conceptos y prácticas de la comunicación subversiva, si no se dispone de ofertas de pensamiento que contraponer a las concepciones sociales hegemónicas? ¿Y de qué nos sirve una política de contrainformación si no encuentra formas de expresión que sean escuchadas o tomadas en consideración? La guerrilla de la comunicación únicamente puede intentar romper el consenso hegemónico y crear situaciones de comunicación abiertas. No sustituye el trabajo de organización ni de contenido, ni las acciones antifascistas ni los medios propios. ¡Y punto!



La misa de Pascua de 1950 .

provocó la confusión entre los letristas: al parecer, el falso sacerdote quedó tan impresionado por su intervención que acabó por integrarse en el seno de la sagrada Iglesia católica.

La Risa Salvaje

Sobre el poder subversivo de la ambivalencia

«La autoridad tiene una nariz de cera, uno le puede dar la forma que quiera.»
Alain de Lille, s. XII.

«Asegúrese, cuando el apocalipsis, un lugar en primera fila. Sea usted Luther Blisset.»
Luther Blisset, s. XX

Es un texto, un discurso sobre la risa: una risa peligrosa, arriesgada para los que ríen, amenazadora para el orden dominante. Pero los que esperen encontrar aquí una razón para reír, lo han entendido mal: este discurso explica y racionaliza, vincula la risa a un orden razonable. Pero quien se aferre a este orden no podrá entender la Risa Salvaje. Por lo tanto: cuando hayáis leído este texto, lo hacéis trizas, hacéis coronas de papel y escribís sobre él NEURONOMICON. O cogéis las trizas, les ponéis los nombres de los siete países más industrializados por orden alfabético y las colgáis al revés en el lavabo. Al mismo tiempo deberíais recitar de adelante hacia atrás algún memorándum del Parlamento europeo sobre seguridad en la fortificación Europa. Haced lo que queráis, ¡pero desgraciados de aquellos que se rían!

No hay nada por lo que reír. La Tierra está enferma. El agujero en la capa de ozono y la fusión de los casquetes polares son indicios de una catástrofe climática. La variedad de especies se reduce de manera alarmante, los bosquen mueren. La población mundial crece explosivamente, las reservas de agua y energía se hacen escasas, la contaminación medioambiental aumenta dramáticamente.

Los jinetes del apocalipsis son una vez más el signo de los tiempos: muerte, guerra, hambre y plagas se extienden por los continentes. SIDA, alergias, vacas locas y nuevos virus amenazan los cuerpos; la peste y el cólera vuelven a irrumpir en escena.

La sociedad se desmorona. Las familias se deshacen. Sectas y ocultismo, herejes y brujas se multiplican por doquier. La violencia se hace cada vez más presente en la prensa, en las escuelas y en la calle. El crimen organizado, el contrabando atómico, la infiltración extranjera y el colapso circulatorio amenazan a la fortificación Europa. Las jubilaciones, gastos asistenciales, costos sanitarios, servicios sociales se hacen impagables.

La racionalidad occidental ha llegado a sus límites. La Iglesia y la ciencia se encuentran en una crisis profunda. Hay pocos ya que crean que la Tierra es el centro del universo. Científicos de las más variadas disciplinas descubren el caos, los filósofos anuncian el fin de la Modernidad y de la Historia.

El orden del miedo

Lo mismo da que éstas imágenes provengan de diarios, discursos políticos, declaraciones de expertos o folletos esotéricos, que sean expresión de temores presentes o medievales o de ambos: el lenguaje de las imágenes apocalípticas es el lenguaje del mito. Nos habla de la amenaza universal, del final del orden de cosas conocido; evoca el miedo ahogado al final del mundo. Todos los miedos reales se convierten en indicios que señalan hacia el gran miedo, el miedo universal, el miedo cósmico: el mito de la gran amenaza encuentra su confirmación en los miedos concretos.

El miedo cósmico transforma los pequeños miedos cotidianos. Ya no son motivo de protesta, ya no ocasionan reclamaciones políticas, ya no son razón para una actuación política ni fuente del deseo de cambio. En el orden del miedo las anomalías concretas ya no tienen nombre. Da igual lo que se pudiera criticar, siempre será expresión concreta de la amenaza abstracta y trascendental; la mirada a esta amenaza, la mirada del miedo cósmico, es la mirada paralizante a la gran serpiente. Se alimenta de la sensación de desprotección e impotencia de la persona sola. Bajo su orden pierde sentido todo deseo de configurarse la vida conscientemente. En este orden no hay sitio ni para las reivindicaciones reformistas más insignificantes, como pueda ser el de un seguro de vejez que funcione. Parece que ya sólo los bastiones más poderosos —la Iglesia de la Edad Media, el Estado del presente— nos pueden ofrecer, si acaso, protección ante esta amenaza universal. Las personas buscan su último refugio, siempre en peligro, en las grandes instituciones el poder: mitigan su miedo no mediante la protesta o la confianza en la propia fuerza, sino mediante la identificación con el poder. ¿Miedo ante la violencia? El Estado aumenta las competencias de la policía. ¿Miedo al SIDA? El Estado aconseja la monogamia. ¿Miedo a la recesión? El Estado ahorra para todos. Se confía al Estado la administración del miedo y, a la vista de este alivio inmenso, se aceptan con gusto algunas pequeñeces como los recortes sociales.

¿Pero acaso no es el propio discurso del poder el que crea el mito del miedo cósmico, el que determina las coyunturas del miedo? El poder aclara dónde hay peligro y se encarga de producir a la vez el remedio salvador. Consolida los modelos habituales, envuelve el miedo en discursos «seguros» y ofrece nuevos miedos. El orden del miedo otorga un sentido a la opresión y violencia que emanan de las instituciones del poder. Sólo el poder ofrece seguridad y, por lo tanto, su actuación siempre está justificada. Da igual que a la recesión se reaccione con la

Cómo se hace un ataque psíquico, por Luther Blissett

1. Los ataques psíquicos también tienen sus precedentes, encuentran sus orígenes en toda una serie de tradiciones alternativas de lucha obrera. En el siglo XIX, los trabajadores en huelga de la industria textil piamontesa acostumbraban a reunirse a medianoche ante las casas de los esquiroles para cantarles un «miserere». Seguro que se llevaban un susto de muerte. En 1967, los yippies hicieron un intento de hacer levitar el Pentágono para ahuyentar los malos espíritus del militarismo y el nacionalismo. En 1993, la Alianza Neoísta boicoteó un concierto de Stockhausen en Brighton, Gran Bretaña, organizando una agresión psíquica que hizo levitar la sala de conciertos. Esta técnica de la guerrilla telekinética se ha visto últimamente perfeccionada por Luther Blisset. Las indicaciones siguientes reúnen las instrucciones fundamentales.

2. Haced público vuestro ataque con octavillas, declaraciones de prensa, carteles y todos los demás medios necesarios. Escoged un objetivo sensacional, pero no seáis previsibles en vuestras declaraciones. Si dais en el clavo, tenéis la posibilidad de ganaros la atención de los media sobre vuestra acción. Luther Blissett ha conseguido más veces de las que pensáis

extradición de refugiados políticos, a la violencia criminal con un llamamiento a controlar la prensa o al miedo ante la guerra con la persecución de comunistas; todo esto tiene su lógica en el orden del miedo: «se tienen que considerar los miedos justificados de los ciudadanos».

Bailar con el volcán: la Risa Salvaje

La ironía y la sátira, juguetes del intelecto, juegan su juego crítico con los miedos concretos. En el altiplano del pensamiento desenmascaran la mentira del mito, descubren sus contradicciones. Pero la risa de la sátira no deja de ser un transgresión intelectual limitada, demasiado débil para conmover el orden a la vez general y no declarado del miedo. Así, ya se enseña en las escuelas que la sátira siempre tiene que intentar «hacer soportable al lector, mediante el modo de presentación, el disgusto provocado por el objeto presentado». ¿Qué sucede cuando las lectoras del diario «alternativo» alemán taz se ríen de un fotomontaje de Kohl como receptor del subsidio social? Confirma lo que ya sabían, que el llamamiento a ceñirse más el cinturón no va dirigido a todo el mundo. Pero de esta manera no se disminuye la fuerza de los sentimientos, del miedo subjetivo al miedo. «Una ya no se puede permitir nada», dicen autocomplacidos los jóvenes del hay-que-pasárselo-bien, y se ríen con una sonrisa maliciosa o sin alegría. Al anestesiar el miedo, quedan expuestas al miedo del miedo.

Los apocados que se identifican con el poder, éstos no bailan en absoluto. Los que, como los cínicos resignados, bailan SOBRE el volcán, ignoran las sacudidas de la tierra. Pero al contemplar el miedo también es posible bailar CON el volcán. A se le llama: la Risa Salvaje. Cuando la crisis se hace cotidiana, surge un saber que supera el mito del miedo. Enfrentado él mismo al miedo, expulsado como intelectual durante la era Stalin del centro de la cultura dominante, el estudioso literario e investigador de la risa Michail Bachtin encontró una actitud subversiva semejante en la risa carnavalesca del renacimiento. Desde una perspectiva marginal, él reconoció el poder emancipador de lo que empuja fuera del centro, que se manifestaba en la risa del carnaval renacentista. Esta risa subversiva no resuena en el centro, sino en los márgenes del orden reinante.

Bachtin, Michail: *La cultura popular en la Edad Media y en el Reanacimiento*, Madrid, 1988

En un tiempo en que el mundo parecía estar patas arriba, la Tierra se había caído del centro del universo, la Iglesia única e indivisible se había dividido en dos, las estructuras de la sociedad se revolucionaban, el carnaval del renacimiento se reía del sistema mítico del miedo cósmico. Poco tiene que ver la risa grosera de este

Cómo se hace un ataque psíquico ...

rodearse de problemas, dudas y dificultades.

3. También las personas que no se encuentran físicamente en la acción pueden tomar parte en el ataque psíquico, aun cuando la efectividad de vuestra acción depende de la visibilidad de los guerreros parapsicológicos.

4. En el momento acordado, os colocáis de uno en uno o en grupo ante el objetivo e intentáis imaginaros a vuestros enemigos con el cuello partido. Si esto os parece demasiado difícil, en lugar de eso quemáis una foto de las personas objetivo de la acción, mientras que proyectáis

el primer guerrillero de la comunicación

Hay una cosa clara: a Eulenspiegel no le gustaban los señores feudales pero tampoco los artesanos. Till Eulenspiegel es una figura histórica, conocida por ser el prototipo del «bromista, pura insensatez, cínico, fanático de la verdad y sabio». Para nosotros, por el contrario, es el primer guerrillero de la comunicación; puesto que ya es una costumbre ancestral, especialmente en Alemania, rechazar como locura todo lo molesto o que cuestione el poder. Till Eulenspiegel fue reducido a una figura chistosa, y desde la «crítica ilustrada» se sigue utilizando la «bufonada» como reproche descalificador. De esta manera se une una vez más al poder, que desde siempre ha querido ridiculizar la crítica más radical.

Till Eulenspiegel parece que nació a finales del siglo XIII en Kneitlingen, junto a Braunschweig. El testimonio escrito más antiguo data del año 1515, en el que se dice de la figura de Eulenspiegel que el campesino paleto habría recorrido el país haciéndose pasar por el bufón del rey polaco Casimiro. La leyenda afirma, además, que todo el mundo se mofaba de Eulenspiegel y le tomaba el pelo, y que él reaccionaba dándole la vuelta a la tortilla. La mayoría de las veces se refieren situaciones en las que, por medio de juegos de palabras, consigue controlar la lectura de sus actuaciones:

Cuando Eulenspiegel le prometió al conde de Hesse pintarle pinturas magistrales en su castillo por 200 florines, se pulió medio sueldo en una semana. Pero dado que el pincel no era precisamente lo suyo, salvó la situación como

carnaval, con su insistencia en todas las funciones orgánicas del cuerpo y sus toscos insultos, con las formas delimitadas, folclorizadas y disciplinadas del carnaval que conocemos hoy en día. ¿Pero qué puede sacar una guerrilla de la comunicación del aburrimiento de los carnavales ritualizados como el de Maguncia?

La risa de los bufones, comediantes y pícaros, las bufonadas y travesuras, la risa salvaje y desenfrenada sobre todo el mundo puede enseñar mucho a una «guerrilla» así: contra el orden de lo unívoco y de las seguridades, con sus procesos de exclusión, al Gran Carnaval le gusta crear una cultura de la ambivalencia. En lo equívoco se encuentran puntos de partida para cambios emancipatorios de lo existente. La descripción de Batchin nos muestra de qué manera actúa la risa del carnaval en el sistema de signos dominante, en la gramática cultural de una sociedad en crisis: se vive la transformación y la crisis como condiciones de vida primarias; éstas no desaparecen, pero se rompe su encanto mágico. El poder pierde, aunque sólo sea por un periodo de tiempo limitado, su función de administrador del miedo. Pues aquello ante lo que nos quiere ofrecer protección –el desmoronamiento del orden de la creación divina– es representado en innumerables juegos y misas de carnaval en plazas públicas y se ve acompañado por una risa indomable. Allá las

Cómo se hace un ataque psíquico ...

pensamientos asesinos sobre su imagen.

5. Levantad los brazos por encima de la cabeza, de tal manera que se toquen los codos y puños, y permaneced de pie con las piernas abiertas. Mantened unidos los puños durante el ataque. Respirad profundamente y luego soltad el aire, mientras que expeléis las palabras «llamada de Casandra». Repetid esto trece veces. Ahora ya estáis preparados.

6. Dirigid vuestras miradas al objetivo o en su dirección. Repetid en voz alta la sílaba «ohm», hasta que os sintáis iluminados. Si tenéis la sensación de que se os corta la

sigue: tras acabar los «trabajos», le mostró al conde su inexistente obra, no sin antes haberle indicado que sólo podría ver las pinturas quien hubiera nacido de un matrimonio debidamente formalizado. Las figuras bufonescas como la de Eulenspiegel (y la de ○ **Schwejk**) destacan por su esfuerzo por actuar siguiendo el reglamento estricto, acatar literalmente las leyes y comprender los conceptos según su definición formal. Con toda modestia, dejan que la sociedad les imponga estas normativas, leyes y definiciones, y se permiten el lujo de «tomarse muy en serio nuestro quehacer cotidiano, nuestros juicios y justificaciones evidentes. Y esto significa tomárselas al pie de la letra». Los éxitos de Eulenspiegel se basan en sus conocimientos extraordinarios de la ○ gramática cultural y en su capacidad de desplazar desapercibidamente el significado de afirmaciones aparentemente unívocas:
A Eulenspiegel su Señor le condena a que abandone su tierra y propiedades bajo amenaza de castigos durísimos. Poco después, el Señor avista a Eulenspiegel en un carro de tierra tirado por un burro. Cuando entonces quiere demandar a Eulenspiegel a causa de la condena vilolada, Eulenspiegel le replica que él ha respetado al pie de la letra la condena. La tierra del carro es tierra ajena y el carro es propiedad suya –de Eulenspiegel.

Brock, Bazon: «Strategie der Affirmation. "Besetzung" und "Bilderkrieg" als affirmative Strategien». En Brock.: *Ästhetik gegen erzwungene Unmittelbarkeit. Die Gottsucherbande. Schriften 1978-1986*. Vol. VIII, parte 5, Colonia, 1986, pp. 293-303, y «Aller gefährliche Unsinn entsteht aus dem Kampf gegen die Narren oder Eulenspiegel als Philosoph», ibid., pp. 287-292.

voces que ríen expresan lo que no se puede decir: el mundo se ha vuelto loco, todo podría ser muy diferente de como parece, todo es muy diferente: la muerte adopta la figura de una mujer embarazada, los pantalones se llevan encima de la cabeza, los siervos se convierten en señores. Nadie necesita ya del poder, puesto que el desorden favorece a las personas sencillas. Esta risa indomable no se escabulle de los miedos, sino que les planta cara, los arranca del orden mítico del miedo cósmico y se burla de todo el mundo: las autoridades y las vanidades, normalidades y miedos propios. Escapa de la inseguridad atemorizante y sobrepasa el límite del espacio en el que se vislumbra la posibilidad de la liberación. Y esta posibilidad surge bajo el influjo del otro mundo, del mundo «al revés».

La elección de la reina de los bufones, los chistes groseros desde el púlpito, el vuelco momentáneo de jerarquías sociales y valores vigentes, el ○ *crossdressing* ritualizado, todo esto es prueba, según Batchin, de un «saber acerca de la posibilidad de un alejamiento completo del orden presente». La risa del Gran Carnaval no es aún demanda de una mejora social, de revolución, pero tampoco es una forma de afirmación del orden reinante. Quien mida la risa del carnaval o la actitud de la Risa Salvaje por el concepto moderno de la protesta social, puede que

Cómo se hace un ataque psíquico .

respiración, no os preocupéis. No resulta peligroso continuar, pero aun cuando lo dejarais ahora, podéis estar seguros de que el ataque psíquico ha resultado, como mínimo, parcialmente exitoso y las personas contra las que se dirigía se han visto desmoralizadas por esta acción.

7. La acción ha de ser convocada y legitimada por Luther Blisset, pero para ello os basta con llamarme a mí, a Luther, a nosotros o a vosotros mismos.

Eulenspiegel sabe demasiado bien cómo trata el poder a aquellos que se le oponen. Los débiles no tienen otra posibilidad de plantar cara al poder que llevar tan lejos las pretensiones de éste que se vuelvan en su contra (○ afirmación subversiva).
Allá donde se presentaba Eulenspiegel, los padres se quejaban de que éste con su mala influencia provocaba la lujuria en los niños, y el gremio de payasos tampoco quería saber nada de alguien que se mofaba de ellos con sus obras. Muy pronto los escribidores de libros se hicieron eco de esta disputa. Para unos, el buen Eulenspiegel es aquel que influye constructivamente en la obra y el pensamiento de las personas; para los otros, él no es más que una figura moralmente deplorable que no piensa en otra cosa que en provocar desorden y discordia entre el pueblo.
La figura de Eulenspiegel, el cual, tal como vivió, fue un buen aprovechado, bribón, cara dura e impostor, hace 450 años que se encuentra presente en la literatura. Desde mediados del siglo XVIII, las educadoras trabajan en una reconversión de Eulenspiegel, que ahora ha de servir más para divertir que para amedrentar. Hoy en día hasta los niños pueden representar la vida de Eulenspiegel en los grupos de teatro de las escuelas. ○

la valore como algo afirmativo y que incluso la entienda como una válvula de escape que hace aguantable la presión social. Sin embargo, su fuerza subversiva se sitúa antes del dominio de la protesta social, de la lucha por los derechos de los trabajadores, de huelgas y manifestaciones. Si las protestas sociales de los siglos XIX y XX atacaban la sociedad de clases al dirigirse contra algunos puntales del orden hegemónico, el carnaval renacentista cuestiona el orden simbólico del mundo en su totalidad: privó de su intangibilidad al sistema mítico del miedo cósmico con su repertorio de sanciones (cielo, infierno y purgatorio) y sus rituales de penitencia.

No se pretendía aún la consecución de un orden mejor, sino llevar al absurdo la normalidad presente del mundo. Los medios estilísticos de lo carnavalesco son las desviaciones grotescas de lo existente. El «mundo al revés» del Gran Carnaval no consiste simplemente en una inversión de las estructuras del poder. La desviación de la que surge sobrepasa tanto las estructuras del poder como su inversión. Aboca todo el orden dominante del mundo al remolino de la risa salvaje. En esta risa se abren los discursos, se disuelven verdades irrefutables, las cosas adquieren significados nuevos y múltiples: el Gran Carnaval propaga la verdad de la relatividad de la verdad. La persona que ríe se mueve en un mundo intermedio,

Una playa para Barcelona

A medida que se acerca el año 2004 cada vez son más los que preguntan qué es la OFICINA 2004. En realidad no se sabe muy bien. El nombre apareció por primera vez, y de forma pública, en la okupación de una antigua delegación de Hacienda, en la calle Avinyó de Barcelona, al final de una gran manifestación. Después de aquella fecha se han sucedido extrañas intervenciones que han ridiculizado el poder institucional. Incluso, durante la okupación de la Plaça Catalunya en 1999, la autollamada OFICINA 2004 se permitió regalar una playa a Barcelona. No se sabe si existe todavía o si se ha disuelto en el aire. O si atacará de nuevo (○ movimientos sociales).

en el que ni se adapta del todo a la cultura restrictiva ni opta por la agresión abierta. Cuando llegue el momento, acabará de decidirse. Aún no desiste de la vida que sólo puede continuar en el seno del mundo existente, pero tampoco renuncia al presentimiento de otro en el juego de la inversión carnavalesca. Allí reinan la antijerarquía y una alegre relatividad de los valores, una divertida anarquía y desprecio de todos los dogmas; allí se muestra la multiplicidad de perspectivas. Así, la risa pone un segundo orden por encima del mundo, y este segundo orden le resulta a la personas tan comprensible como el oficial, habitual y cotidiano. La actitud de la risa salvaje no es en sí misma una revuelta contra el poder, pero hace posible la revuelta.

Batchin no describe el carnaval del Renacimiento como contracultura, sino como «cultura híbrida», que se encuentra en intercambio con la cultura oficial, se distancia de ésta y se diluye a la vez en ella. Él parte de un entrelazamiento indisoluble del carnaval y de una versión grotesca y paródica de la cultura oficial. La risa salvaje es al mismo tiempo interior y exterior, comprende elementos del orden reinante y construye a partir de él un nuevo sistema de signos, una nueva explicación del mundo. Es precisamente lo híbrido del carnaval lo que dispersa el sentido sobre el que se fundamenta la cultura de lo unívoco. Dado que la risa y lo grotesco se funden con la cultura oficial, no resultan fáciles de prohibir, de sacar de la circulación, de eliminar. Y es justamente en la fusión de cultura popular y cultura superior donde presiente el peligro el viejo monje Jorge de Burgos, en la obra de Eco *El nombre de la rosa*: «Si algún día alguien forjara un arma cortante del arma de la risa, entonces la retórica de la convicción se vería sustituida por una retórica del escarnio..., entonces el erupto y el pedo se arrogarían lo que sólo corresponde al espíritu, a saber, volar por donde quiera».

Eco, Umberto: *El nombre de la rosa*, Barcelona, 1983

La Risa Salvaje siempre ha tenido y tiene que ser atajada por el poder, puesto que su lenguaje sólo funciona si se toman en serio sus discursos cerrados llenos de amenazas terribles, soluciones únicas (hoy en día: condicionantes ineludibles) y verdades inequívocas. Ésta es la razón por la que la Iglesia católica, la única verdad divina del renacimiento, intentó repetidas veces prohibir el carnaval: «Puesto que la risa es el pasatiempo del pueblo llano, entonces se debe limitar al máximo, humillar y amedrentar la libertad del pueblo por medio de la seriedad» (Eco, 1986). Es por eso que, en la obra de Eco, el viejo Jorge en tanto que guardián del poder se tiene que convertir en enemigo de la risa. Y es por eso también que se detuvo a Koshe Koster en los tiempos de los ○ *provos* de Amsterdam, sólo por repartir pasas entre los

Provos

Una playa para Barcelona ...



paseantes –una acción más entre otras muchas aparentemente inocentes, pero peligrosas por su humor, que en su conjunto avivaban las dudas sobre el carácter absolutamente correcto del estado de cosas existente. La Risa Salvaje es peligrosa, tanto para aquellos que la viven como para el poder.

El Dios de la Edad Media y la «fortaleza Europa» del presente son ambos indicios del miedo del súbdito ante el señor, significantes del orden mítico del miedo. A partir del desaparecido libro sobre la risa, que constituye el trasfondo de la novela de Eco, podría «desarrollarse una nueva y destructiva ansia por superar la muerte liberándose del miedo». En consecuencia, en la novela tiene que mantenerse en secreto todo conocimiento acerca de la risa salvaje –y tal vez también en la realidad de nuestro mundo.

Aun cuando oficialmente está permitido reír, en Maguncia o en cualquier otro carnaval, allí se mantiene rígidamente el simulacro del «hay que divertirse» que separa el placer y el humor del sufrimiento, la guerra y la muerte: ni en el trajín del carnaval actual ni en el colorido teatro de los 57 canales de televisión hay sitio para el mundo de las ambivalencias e inseguridades. Así, por ejemplo, en el año de la Guerra del Golfo, cuando en los media y fuera de ellos se convocaba al gran ritual del miedo cósmico, se suspendieron las fiestas de carnaval. No fue necesario prohibirlas, puesto que en todo aficionado al carnaval habló la voz de la moral y le prohibió la improcedente mezcla de risa y sufrimiento.

En los tiempos de la risa salvaje, el conocimiento de un acontecimiento apocalíptico semejante hubiera sido seguramente ocasión de celebrar el carnaval más extático y desbordante jamás vivido. Puesto que la Risa Salvaje se refiere al mundo entero y abarca la muerte, el sufrimiento y la opresión. Sobrepasa los límites de la conveniencia. La risa salvaje es colectiva; el carnaval de la risa salvaje es como una representación sin escenario, en la que los espectadores actúan y los actores miran. En la turbulencia de la risa salvaje se disuelven los límites entre cada uno. Esto es lo que se pudo sentir cuando, en 1975, en Bolonia explotó el Gran Carnaval, impetuoso, violento y desbocado: había vuelto la fiesta de la crisis y contra la crisis, liberada del corsé del folclore, llena de ímpetu, rebeldía, desenfreno y libertinaje. Aun cuando haya desaparecido otra vez, dejó sus huellas en la memoria colectiva.

Y el menosprecio del orden cultural, que prefiere la retórica del escarnio a la del convencimiento, quedó de manifiesto cuando un grupo de jóvenes perturbó un acto de los Republicanos, no de una manera militante o repartiendo octavillas, sino celebrando una fiesta estrepitosa en sus inmediaciones.

Una playa para Barcelona .





«¿Qué es dada? ¿Arte? ¿Filosofía? ¿Un seguro contra incendios o una religión estatal? ¿Es dada energía auténtica? ¿O acaso es nada, es decir, todo?» Al menos hay una cosa segura: «Dada» es «un tónico reforzante del cabello» de la firma Bergmann & Co de Zúrich.

El dadaísmo fue fundado en un pequeño bar de Zúrich, el Cabaret Voltaire, en 1916. Se encontraba a unos pocos pasos de la vivienda de Lenin por aquel entonces. En cualquier caso: el conflicto entre práctica antiautoritaria y leninismo fue dejado para más adelante; no hay ningún indicio de que los protagonistas de entonces hubieran trabado conocimiento. Había dadaístas en Berlín, Colonia, Hannover, París y otras grandes capitales europeas. La invención de un pequeño grupo se convirtió en una corriente artística de renombre. Como tal practicaron el conocido juego de las escisiones, polémicas y luchas partidistas que luego sería perfeccionado por los situacionistas (○ Internacional Situacionista) y los ○ *neoístas*.

Resulta difícil, al ponerse a considerar a los dadaístas, no empezar a prorrumpir insultos: los de Zúrich eran un puñado de narcisistas burgueses que consideraban geniales hasta sus ideas más idiotas. Kurt Schwitters era un señorito integrado, y Max Ernst brilló ante todo por sus agrias polémicas contra los dadaístas berlineses –de los cuales al menos algunos asociaron su arte de manera concreta con ideas políticas. En síntesis: el dadaísmo y la

No es la risa satírica, ni la risa amarga del nosotros-ya-lo-sabíamos o el hay que divertirse lóbrego lo que aporta valor y sosiego, no es la risa arrogante de tontos-son-los-demás la que hace peligrar el orden de cosas reinante. Mientras que la risa sea, en el mejor de los casos, un bombón para la práctica política de la izquierda con el que la sufrida militante se endulza el final de la jornada, no resulta amenazadora para nadie ni tampoco para los que ríen. Pero cuando la actitud de la risa salvaje se convierte en parte inherente de toda actuación y pensamiento, cuando la risa se sale de sus reservas valladas y ataca el orden simbólico de las cosas, entonces desarrolla su fuerza subversiva: entonces la guerrilla divertida de la risa salvaje es algo más que un juego fútil, entonces se habrá sembrado ya la semilla del cambio. ¿Cómo crear una actitud así, cómo convocar el Gran Carnaval? Quien no quiera encontrar una respuesta al final, tendrá que buscarla al principio.



Schuhmann, Klaus (ed.): *Sankt Ziegenzack springt aus dem Ei. Texte und Bilder zum Dadaismus in Zürich, Berlin, Hannover und Köln*, Leipzig, Weimar, 1991.

mayoría de sus representantes, según parece, no eran ni especialmente solidarios con nadie ni pacifistas ni revolucionarios, como gusta de presentarlos la historiografía del Arte.

Con todo: los dadaístas tuvieron un efecto revolucionario. Formularon una crítica del arte que iba mucho más allá de diferencias de estilo o de pintura o escritura y que contenía una profunda crítica social. Al sentido del arte le opusieron la poesía del azar, y elevaron a principio artístico el empleo de hallazgos hechos en la vida cotidiana. De aquí surgió por ejemplo la poesía simultánea, declamada y presentada por varias personas a la vez y que puede constar de sílabas, ruidos, alaridos y lamentos. La teoría dadaísta afirma también que «el contrario del sentido no es el sinsentido, sino el sentido invertido», y formuló así una primera variante del concepto de guerrilla de la comunicación.

Las formas de disertación de las dadaístas perseguían chocar y provocar al público. Bluffs, engaños e insultos conducían no pocas veces a escándalos, que los dadaístas valoraban, por su parte, como éxitos clamorosos. En el mejor de los casos, se producían situaciones en las que no se podía excluir el uso de la violencia por ambas partes. El «Manifiesto de Berlín» anunciaba: «Queremos: excitar, trastornar, blufar, fastidiar, matar a cosquillas, ser confusos, inconexos, impetuosos y negacionistas».

En relación con la Revolución de Noviembre, al final de la Primera Guerra Mundial, los dadaístas berlineses

¿Guerrilla de la comunicación, guerrilla artística o qué?

Paneles publicitarios y documentos artísticamente falsificados o creativamente modificados, configuración del espacio público con medios artísticos, numeritos teatrales sorpresa en actos electorales o en el día a día de la calle, crítica bajo el ropaje de formas artísticas –con tanto arte se impone la pregunta por la relación entre guerrilla de la comunicación y el medio artístico y por su concepto de arte.

El arte produce significado. Según el lugar que se les reserve a las obras artísticas en el discurso hegemónico, tendrán un efecto afirmativo o subversivo. Esto no nos dice nada acerca de su calidad. La guerrilla de la comunicación no se interesa por la calidad del arte según los criterios de la historia del arte, sino por la utilidad de sus medios estéticos para una práctica política subversiva.

Hay ideas esenciales de la guerrilla de la comunicación que provienen de grupos artísticos como la ○ *Internacional Situacionista*, y que fueron desarrolladas y probadas por ellos enfrentándose a las ideas tradicionales de arte. El hecho de que surgieran allí –y no en las reuniones y discusiones de los círculos políticos– formas de acción llenas de fantasía y no convencionales se debe, en parte, a la localización social del mundo artístico. Allá resulta posible pensar más allá de un canon político de izquierdas reconocido y no considerar nada imposible; éste, al contrario que la mayoría de las organizaciones de izquierda, constituye un espacio en cuyo

Disolución policial del Congreso Dadaísta Mundial

En numerosos diarios alemanes y suizos apareció en enero de 1920 el artículo de un tal K. F., que informaba de acontecimientos increíbles en el primer Congreso Mundial de los Dadaístas que supuestamente había tenido lugar en Ginebra (Serner, 1982). Éste tuvo un final inesperado, según escribe el periodista K. F.:

«Fue disuelto por la policía y, sin duda alguna, tendrá consecuencias judiciales para muchos de sus participantes. Y hay razones para ello. Puesto que la broma (o la sátira o la gamberrada o la locura) se había llevado, ciertamente, demasiado lejos. Se produjo un

proclamaron el final del arte («sí que se dispara»). Veían su fantasía y rabia mejor acogida en un «terrorismo estético-carnavalesco» que en el arte. Fueron sobre todo Grosz y Heartfield, del grupo de Berlín, los que desarrollaron ⊙ montajes y collages como formas de expresión de crítica social.
Los irrespetuosos dadaístas no esperaron pacientemente hasta ser objeto de la atención pública; se dedicaron simplemente a inventarse artículos sobre espectaculares acontecimientos dada y los colaban en los diarios con seudónimos (⊙ invenciones). Cuando algunos notables de Hannover, preocupados por la moral, hicieron colgar en 1920 carteles con los diez mandamientos y la apostilla «No os equivoquéis, Dios no permite burlarse de se», también Kurt Schwitters demostró dominar a la perfección los pronombres reflexivos al dedicarle poemas de amor a una tal Anna Blume: «Animalillo pobre, te quiero a te». Esta virtuosa persona sería luego candidata de un partido inventado: «¡Votad a Anna Blume! M.P.D. = Merz-Partei Deutschland = Mehrheitspartei DADA» (= Partido por la abolición de Alemania = Partido de la mayoría DADA).
La valoración que se pueda hacer de los dadaístas en sí mismos no es tan importante, puesto que lo que cuenta es el mito dada en el que ya empezaron a trabajar con empeño los primeros dadaístas en los años 20. La destrucción y reconstrucción de lo normal y cotidiano, la alegría por la experimentación desconsiderada y la desvergüenza con que los dadaístas se valieron de los media ejercieron una gran fascinación sobre movimientos políticos posteriores en Francia, Italia, la RFA y los EEUU, los cuales opusieron a la política dominante concepciones antiautoritarias y libertarias. Las intervenciones como las de los letristas en la misa solemne de Pascua en la catedral de Notre-Dame, en París, parecen directamente inspiradas por las provocativas acciones de Baader en el Reichstag, en la calle y en la catedral de Berlín. Allá dirigió una prédiga insultante: «Yo les pregunto, ¿qué les importa Jesucristo a ustedes? No les importa un pito».
Los paralelismos entre los ⊙ *yippies* y los dadaístas no se dan sólo en cuanto a la hábil instrumentalización de los media, sino también en formas de actuación del tipo «ensalzamiento degradante« (⊙ deterioro de imagen) al nombrar dadaístas o yippies a personalidades políticas.
Dada es anarquía, es la destrucción de construcciones de sentido burguesas y la invención de formas propias de expresión. Visto así, dada era un punto de referencia histórico del que también se apropiaron en 1968 la ⊙ *Kommune 1* y más tarde los mao-dadaístas italianos del entorno de ⊙ *Radio Alice* y ⊙ *A/Traverso II Male*: «Mao es un viejo dadaísta». Con lo cual, por supuesto, tenían razón. ⊙

Bergius, Hanne: *Das Lachen DADAs. Die Berliner Dadaisten und ihre Aktionen*, Werkbund-Archiv, Vol. 19, Gießen, 1993.

Siepmann, Eckhard: «Die Negation der Negation als brennender Weihnachtsbaum». En: Siepmann (red.): *Heiss und kalt*, Berlín, 1988, p. 641.

centro figura la creatividad del pensamiento y de la acción. En el interior de las organizaciones de izquierda, siempre pendientes de la línea del partido y del consenso, esta creatividad se ve asfixiada ya en sus inicios por las convenciones de la concepción política de izquierdas. «El aburrimiento siempre es contrarrevolucionario», habían afirmado los situacionistas. Para ellos el aburrimiento era una forma moderna de control. Ellos se permitieron analizar desde su propia perspectiva la «superestructura» siempre despreciada por la izquierda tradicional: «El espectáculo», escribió Debord, es «el capital que alcanza un grado de acumulación tal que se vuelve imagen». Para la IS, en el espectáculo la pasividad era a la vez medio y fin de un gran proyecto oculto, un proyecto de control social que no produce actores, sino espectadores. «La alienación del espectador respecto al objeto observado se expresa así: cuanto más observa, tanto menos vive; cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad, tanto menos entiende su propia existencia y su propio deseo».

Tales reflexiones, que conforman el fundamento de las formas de acción situacionistas, surgieron más de un saqueo que de una exégesis minuciosa de los escritos de Marx. El uso que hacen los situacionistas de Marx es el mismo que las guerrilleras de la comunicación pueden hacer de los situacionistas. Ellas ⊙ *tergiversan* las formas de acción situacionistas y no toman como referencia el arte, ni afirmativamente ni postulando un antiarte. La guerrilla de la comunicación es un intento de ampliar la política de izquierdas por medio del ataque a las convenciones estéticas del poder. Se apropia de los métodos creados en el marco de la vanguardia artística y los desplaza a contextos fuera del mundo artístico.

Debord, Guy: *La sociedad del espectáculo*, Valencia, 1999.

¿Por qué le da tanta importancia la guerrilla de la comunicación a su accionar fuera del mundo del arte? ¿Por qué las características del mundo artístico no sólo ofrecen la posibilidad de desarrollar ideas no convencionales, posiblemente incluso revolucionarias, sino que potencialmente también provocan el fracaso de un arte radical?

El mito burgués del artista encarna la libertad del individuo, la idea del genio que, liberado de limitaciones sociales, trabaja a partir de sí mismo y cuyas obras se han de apreciar desde un punto de vista puramente estético. Es por eso que, por regla general, los elementos políticos o de crítica social de las obras artísticas no son percibidos como ataques a situaciones sociales. Si el mensaje político no queda completamente absorbido por su estetización, acaba por convertirse, en el mejor de los casos, en una prueba de la apertura autocrítica de sus receptores. De esta manera, no sólo resulta inefectivo, sino que puede incluso contribuir a estabilizar aquel estado de cosas que se pretendía criticar. El efecto ideológico del mito de la artista no tiene por qué ser intencionado. Sería una tontería absoluta tildarla de cómplice del capitalismo. La

Disolución policial …

violento intercambio de palabras entre Tristan Tzara, el fundador del dadaísmo, y el conocido filósofo dadaísta Serner, en cuyo transcurso de repente Serner desenfundó una Browning y disparó cuatro balas de fogueo contra Tzara, que tuvo la suficiente entereza como para tirarse inmediatamente de la silla. El efecto fue que la galería, con un aforo harto numeroso, no dudó de que se trataba de balas de verdad y entonces cundió el pánico que sólo pudo ser sofocado a tiempo gracias a la intervención rápida y perspicaz de algunas personas sensatas. Los cuerpos policiales que acudieron al poco tiempo, hicieron desalojar

Disolución policial …

la sala y condujeron a Serner y Tzara a una comisaría cercana, desde donde —al salir en libertad tras un corto interrogatorio— fueron llevados a hombros, como señal de triunfo, hasta su hotel por los dadaístas que los esperaban en la calle. A los pocos días, para regocijo general del público, apareció en la Tribune de Genève un enérgico artículo (como anuncio pagado, por supuesto), […] en el que se hacía partícipe a la opinión pública, en un francés muy burdo, de que el congreso, en una sesión secreta, había tomado la resolución de que el empleo de balas de fogueo en las discusiones dadaístas no sólo estaba permitido, sino

ideología resulta de las condiciones y mecanismos de la producción artística en la sociedad.

La consagración de productos creativos como obras artísticas se basa en códigos y acuerdos que sólo son «comprensibles» con una gran formación educativa. Una cantidad aún mayor de dinero es necesaria para adquirirlas. Por lo tanto, se necesita capital cultural y económico para presentarse como conocedor y amante del arte. Hablando panfletariamente: el arte no es libre, sino un mercado capitalista en el que se pone en venta la ideología de la libertad del individuo. No hay nada mejor que las obras de arte para hacer ostentación del estatus propio frente a clases sociales menos privilegiadas y alcanzar así beneficios de distinción. Los miembros de las clases subalternas no sólo no se pueden permitir esto, sino que ni siquiera estarían en condiciones de decidir qué hay que comprar para lograr el efecto de la escenificación de capital simbólico.

Se plantea la pregunta de si esta valoración también es de aplicación a las vanguardias del mundo artístico con sus concepciones artísticas críticas. Aun cuando muchos movimientos de vanguardia acaban por encontrar su lugar en el mundo artístico establecido, esta localización se ve precedida la mayoría de las veces por una fase donde no se puede contar con mucho reconocimiento y no existe la perspectiva de una reputación social. El objetivo declarado de dichos movimientos es, cómo no, la crítica del mundo artístico burgués y con frecuencia toman como referencia etiquetas políticas extremas. La «vanguardia» política vive de la estética radical; delimita un territorio en cuyo interior se fomentan las transgresiones de todo tipo para exponerlas con regularidad a la mirada del público. Puesto que hasta la transgresión más radical cuenta con la garantía de las estructuras del mundo del arte, se repite siempre el conocido mecanismo: la cultura superior produce y controla, entrando hasta en los procesos de formación de la vanguardia, su propia subversión. La práctica de la «transgresión» vanguardista no resulta subversiva en el marco de la función del arte como productor de capital cultural, sino que es desde un principio una parte integral del mundo del arte que aumenta el precio de mercado, el prestigio en el mismo o el reconocimiento institucional. El arte de vanguardia posibilita a los mecenas del arte diferenciarse de las clases medias que, entretanto, fluyen en masa hacia las exposiciones de arte moderno clásico.

También los lugares y contextos en los que se accede al arte determinan su recepción. En los museos, galerías, salas de concierto y teatros todo es posible; allá se puede escenificar y hacer consumible la realidad. El propio espacio reglamenta el acontecer y provoca que la ruptura del tabú se limite a proporcionar a las espectadoras el placer de verse conmocionadas. No les puede pasar nada, excepto que la camisa reciba un par de salpicaduras de sangre de cerdo; la confrontación con el horror no deja de ser un espectáculo, y tienen la certeza de poder emprender el camino de vuelta a casa a salvo y habiéndoselo pasado bien. Incluso los espacios alternativos,

Disolución policial ...

que también era deseable, por resultar refrescante, pero bajo una única condición, que el que dispare adopte inmediatamente un tercer punto de vista nuevo. Será realmente interesante ver qué punto de vista adoptan los tribunales de Ginebra». El informe deja entrever que se trata de una farsa: se mencionan artículos de prensa que no son tales, y se anuncian resoluciones dadaístas que con bastante seguridad nunca fueron tomadas. Lo que el escrito no permite saber es que fue realizado por el propio Walter Serner con el

NEOISMUS

El neoísmo es un experimento sobre el tema: «cómo construirse una corriente artística propia». Las neoístas deconstruyen los mecanismos del mercado del arte establecido y desarrollan una metodología para la producción de historia del arte, a cuyo fin se valen a la perfección de las técnicas de la autopropaganda artística, y al mismo tiempo llevan al absurdo los fundamentos de la concepción tradicional del arte. A diferencia de los situacionistas (Internacional Situacionista), entre los neoístas la autohistorificación es un proceso consciente. Hasta la más ínfima acción neoísta es documentada pedantemente, de tal manera que la empresa artística puede ser alimentada con un impresionante árbol genealógico que incluye líneas principales y secundarias. Entre las herramientas de los productores de historia del arte de vanguardia figuran las escisiones. Y así, mientras que Stewart Home dio por finalizada la época floreciente del neoísmo tras el Festival Neoísta de 1985 en Ponte Nossa (Italia); otros neoístas, a su vez, organizaron en 1997 el «I Congreso Neoísta Mundial» para decidir cuál de las fracciones tenía mayor capacidad de imponerse históricamente. Los neoístas, en tanto que artistas vanguardistas, critican el culto burgués al genio propagando los nombres múltiples que pueden ser empleados colectivamente por cualquiera. Los neoístas piensan que ningún autor, tampoco ningún autor neoísta, ha creado alguna vez algo original. Por eso hacen del plagiarismo un dogma. Roban

Marchart, Oliver: *Neo-dadaistischer Retro-Futurismus oder: wie Stewart Home die Avantgarde erfand.* http://www.t0.or.at/~oliver/sthome.htm

centros socioculturales, lugares de encuentro de la vanguardia que no sirven como sitios de representación burguesa y que, en parte, son escenario de política radicales y continúan vinculados de múltiples maneras con el mundillo de las exposiciones espectaculares. El reflujo de capital simbólico que significa para sus organizadores apenas es objeto de discusión. Si, por ejemplo, la Asociación de Artistas de Múnich organiza una exposición con motivo del veinte aniversario de la revista radikal, su efecto se limitará en el mejor de los casos a estetizar y remitir a una práctica que tiene lugar en otro sitio.

Dada

La crítica articulada artísticamente dentro del mundo artístico se comprende a sí misma muchas veces (como es el caso de los *dadaístas*) como crítica radical de la sociedad. Sin embargo, su campo de acción es limitado y permanece condicionado por una estructura en la que se reproduce la (auto)comprensión de las artistas, desde un principio, justamente por su cuestionamiento. La «radicalidad» se encuentra comprendida *a priori* en esta estructura y no necesita siquiera ser integrada. La crítica del arte, en este sentido, no es otra cosa que el clásico mecanismo de reconocimiento para la vanguardia en el marco del mundo establecido del arte. Mientras que la artista haga del arte el portador de esperanzas de una nueva sociedad, estará recurriendo justamente al mito del artista que forma parte de la sociedad burguesa, o tal como lo formula Hauser: «Él [el arte] no puede ni ordenar ni anunciar la condena de su propio ocaso; si lo

Disolución policial .

pseudónimo de K. F. Y lo que de verdad pasó en el congreso, si es que alguna vez tuvo lugar, quedará para siempre en la oscuridad de la historia. Pero no importa, puesto que esto es auténticamente dada.

—saltándose los derechos de autor— todo lo que les place, como, por ejemplo, la idea de una huelga de arte de tres años, que no sólo contribuyó a la popularidad del más destacado de los huelguistas, el artista londinense underground Stewart Home, sino que también dio pie a una amplia discusión acerca de la corruptibilidad del arte.

El género vanguardista del manifiesto abre un marco para peticiones absurdas, expuestas con el márchamo de lo serio, como por ejemplo la abolición del capitalismo el domingo 24-3-1985, a las 15 horas. Esta seriedad muchas veces se ve contrariada por el empleo de paradojas, otro refutado medio estilístico de la vanguardia artística: «Todo lo que hemos conseguido a través de la ampliación de nuestra conciencia histórica (situacionistas, dada, fluxus) es la duplicación de la idea de que nuestra creencia en el cambio es, simplemente, una de las pocas cosas que nunca cambian». En uno de sus muchos manifiestos, los neoístas exigen la vuelta a valores premodernos, televisores en color y agua corriente caliente.

Home, Stewart: *Neoismus, Plagiarismus & Praxis*, Edimburgo & San Francisco, 1995.

Otros combinan piezas ideológicas intercambiables desde lo burgués y el ocultismo, pasando por el sexo, el romanticismo revolucionario y sentencias ecologistas hasta el fascismo (cfr. también ○ London Psychogeographical Association). Por medio del plagio y el ○ collage tal vez se llevan con mayor acierto al absurdo ideologías excluyentes y reivindicadoras de pureza que por medio de argumentaciones políticas esclarecedoras. Los neoístas le dan la vuelta a las ideologías al uso de una manera que en el lenguaje serio de la política podría ser tildado de calumniosa. Sin embargo, en tanto que vanguardia artística están protegidos, puesto que en cualquier momento pueden hacer de sus manifestaciones palabrería inofensiva. Este ○ camuflaje conduce, por otro lado, a que los neoístas sean vistos con desconfianza o incluso ignorados por los grupos políticos «serios». ○

hace, continúa existiendo. El criterio de su ocaso es su falta de funcionalidad». Tampoco la Internacional Situacionista (IS) pudo escapar a este dilema, aun cuando concibiera su arte como antiarte, puesto que en la medida en que dejaba el arte en el centro de sus reflexiones, no podía ponerlo en cuestión como instancia. Con su sueño de hacer del arte algo cotidiano perseveró justamente en los aspectos problemáticos, la genialidad de la artista y el poder absoluto del arte: «Por lo tanto, tendremos que pintar las calles del futuro con una materia pictórica inescrutable, jalonar la gran órbita celestial de señales que hagan honor a nuestra magnífica empresa. Allá donde las bengalas luminosas hacen hoy de señales pondremos nosotros mañana arco iris, fatamorganas y auroras boreales».

Hauser, Arnold: *Fundamentos de la sociología del arte*, Madrid, 1982.

El mito de la artista desarma la radicalidad en el arte. Por eso, la guerrilla de la comunicación no actúa, por lo general, en un contexto artístico. Pero precisamente por que al arte todo le está permitido puede también tener sentido situarse allí. La referencia táctica, por ejemplo, a formas del arte en acción puede ser un momento táctico para evitar la criminalización. Puesto que si uno esparce litros de sangre de gallina en una plaza pública o anuncia una masacre a punta de sierra mecánica, no tardará en hacer acto de presencia la policía. Sin embargo, si el espectáculo tiene lugar en un espacio reservado al arte, la gente paga entrada y el acontecimiento no aparece en un informe de la policía, sino en la sección de cultura de los diarios. Este mecanismo también puede ser empleado por una acción política de calle, en tanto que sus organizadores se remitan a la libertad artística, si se les echan encima los protectores de la ley o el fiscal. Lo importante es, sobre todo, que una no empiece a creérselo ella misma.

«Internationale Situationiste», Madrid, 1999.

Home: *The Art Strike Papers*. ,Stirling 1991. (1995.)

Home.: *Neoist Manifestos*. Stirling, 1991.

Home: *The Assault on Culture. Utopian currents from Lettrisme to Class War*, Sterling, 1991.

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer

Preludio. Como cualquier otra nación, también Austria tiene a sus literatos cotizados: Handke, Jelinek, Roth y como se llamen todos ellos. Y para ellos también se ha creado una distinción, el Premio de Literatura Grillparzer. Después de que su otorgamiento por parte de la Academia de las Ciencias de Viena quedara suspendido desde 1973 por falta de fondos, se hizo un intento –muy controvertido desde un principio— por resucitarlo en 1990, con ocasión de la celebración del 200 aniversario del nacimiento de Grillparzer. La fundación del mecenas hamburgués y senador honorífico Alfred Toepfer puso a disposición

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer ...

210.000 chelines para dotar un premio anual. Ni el pasado fascista del senador honorífico ni el hecho de que la creación de su fundación había contado entonces con el apoyo del ministro de Propaganda nazi Goebbels supuso mayor problema para el Consejo de administración del Grillparzer. Este proceder fue objeto de discusiones acaloradas, ejerciéndose las críticas desde ascendentes políticos contrapuestos. Lo que para unos olía a conservación de las tradiciones nacionalsocialistas, a otros les parecía un insulto con dinero alemán del clásico austriaco Grillparzer. Al final, incluso se creó una asociación de

Loa de la guerrilla de la comunicación

«El movimiento estudiantil, visto en un contexto histórico-social determinado, junto con el dadaísmo, el surrealismo, la Internacional Situacionsita, el movimiento provo, la K 1 y los yippies, conduce posiblemente a la consecuencia de abandonar unas ideas sobre la revolución asociadas inseparablemente a un determinado desarrollo económico y, por lo tanto, estatal, respecto a unas sociedades capitalistas antiguas, que se encuentran en una tradición racionalista-materialista, es decir, científico-abstracta y, por consiguiente, política muy concreta.» (H.d. Heilmann, 1973, *Schwarze Protokolle* [Actas negras])

Posibilidades de actuación condicionadas por la situación

Para la guerrilla de la comunicación son de importancia crucial los contextos y situaciones en los que se actúa; el conocimiento preciso de las circunstancias locales respectivas es imprescindible para el buen resultado de las acciones. No es más que con su realización que las técnicas aquí descritas pueden devenir elementos de una guerrilla de la comunicación. Cuando las psicólogas utilizan la técnica de la «intervención paradójica» (○ *afirmación subversiva*) o cuando los estrategas de la publicidad intentan llamar la atención sobre un producto, las técnicas empleadas pueden ser formalmente las mismas que las aquí descritas. Sin embargo, las situaciones, contextos y objetivos son completamente diferentes.

La guerrilla de la comunicación no funciona como estrategia, sino sólo como táctica (○ *estrategia y táctica*). No puede tener lugar en un lugar «estratégico» fijo (por ejemplo, en los locales, periódicos, radios, etc., «propios»). Esto explica también por qué, por ejemplo, las radios libres o los periódicos alternativos son tan poco apropiados para acciones de guerrilla de comunicación. No obstante, sí que pueden ser la base para actividades semejantes, en tanto que sus colaboradores abandonen los lugares estratégicos y actúen siguiendo roles o identidades distintas (es decir, no como radio o revista tal y cual).

La efectividad de la guerrilla de la comunicación, además de por las condiciones locales, también se ve influenciada por el clima político respectivo y por las circunstancias sociales globales. Éstas determinan las condiciones generales de comunicación, bajo las cuales desarrolla su efecto y es recibida una acción concreta. A las autoras este concepto no les parece transferible. Aun cuando se hayan dejado inspirar por ejemplos de países muy diferentes y por sistemas

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer ...

opositores al premio que desde noviembre de 1992 firma con el sello «Accionistas Anónimos». Su objetivo era provocar la caída del discutido premio. Primer acto. Poco antes de que se reuniese el jurado oficial para elegir al ganador del premio de 1993, varios diarios así como la emisora ORF recibieron un fax, en el que se citaba a un literato prominente, diferente según el destinatario, como el candidato elegido por el Consejo de administración del Grillparzer, y que también contenía un breve elogio de su obra. Estaba escrito en estilo oficioso y llevaba el membrete del rector de la Universidad

sociales distintos, las reflexiones presentadas en este libro se fundamentan, sobre todo, en experiencias propias en las metrópolis de los países del capitalismo tardío. Aquí la cuestión de la represión tiene unas connotaciones muy diferentes que en dictaduras fascistas, sociedades de tipo soviético o Estados de la Periferia.

Im Kampf gegen Besatzung und „Endlösung". Widerstand der Juden in Europa 1939-1945. Ausstellungskatalog des Jüdischen Museums Frankfurt a. M. (Hg.). In Zusammenarbeit mit Arno Lustiger und Ingrid Strobl, Frankfurt, 1995.

Durante el nazi-fascismo, el ○ *distanciamiento* o modificación de mensajes, el comportamiento insubordinado en lugares públicos o la guarnición de monumentos no fue, desde luego, un simple juego con símbolos y significados. Los nazis ejecutaron abiertamente su cosmovisión racista y antisemita. No intentaron disimular el poder y la jerarquía, sino que los impusieron con violencia y terror. Incluso las pequeñas desviaciones respecto al lenguaje oficial podían ser valorados y castigados como una agresión directa contra el sistema. Cuando, por ejemplo, una pintada de las SA como «Los judíos son nuestra desgracia», se convertía al sobrepintarla en «Los judíos son nuestra gracia», esto no era visto sólo como la expresión de una opinión discrepante, sino que podía ser perseguido como un claro acto de resistencia. En vista de la rotundidad del domino impuesto mediante el terror, hasta la más mínima manifestación de vida disidente, subcultural o independiente significaba una crítica al orden establecido y significaba, por lo tanto, un acto de resistencia (no siempre intencionado).

Diferente fue la situación en sociedades del tipo soviético tardío como la RDA, cuyas estructuras de poder se mantenían en pie y se legitimaban mediante una ideología de igualdad y concordia. También allí se consideraba crítica al sistema pequeños cambios en la ○ *gramática cultural* dominante. Sin embargo, a diferencia que durante el nazi-fascismo, no fueron tratadas automáticamente como un ataque abierto. En el socialismo de Estado paternalista, los detentadores del poder no podían responder represivamente a las enormes diferencias entre ellos y las ciudadanas. Esto hubiera implicado reconocer que algunas premisas centrales del sistema, como la supuesta lealtad de las masas, no eran más que apariencia. Las discrepancias fueron obviadas en silencio o respondidas desde una posición de tutela paternalista, siempre que pudieran ser declaradas «apolíticas». Las actas sobre punks, por ejemplo, fueron archivadas en las sedes locales del SED (Partido Socialista Unificado de Alemania) en la carpeta de «asuntos especiales», junto con averías, incendios, epidemias y desgracias climáticas. Eran considerados una catástrofe, que

Cfr. Aktenplan für Bezirksarchive der SED.

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer ...

de Viena, uno de los participantes en la entrega del premio. Numerosos autores y poetas recibieron los telegramas correspondientes, al mismo tiempo, con el ruego de confirmación inmediata de la aceptación del premio. A los dos días, como mucho, aun cuando en algunos casos (principalmente en Viena) ya se había reconocido el fake y había sido destapado como tal, la confusión era perfecta. En las secciones de cultura de casi todos los diarios a los que se había escrito aparecieron las noticias respectivas. Cada región tenía su propio literato premiado. A causa del gran número de premiados, de confirmaciones de aceptación del

en realidad no debería haber pasado y para la cual no había explicación alguna.

La obligación de imaginar una comunidad homogénea, leal y solidaria transformó rápidamente en auténticas acciones de guerrilla de la comunicación acciones habituales incluso en el marco predeterminado de una manifestación del 1º de Mayo. Quien en los años 70 llevara la pancarta con el lema: «Aprender de la Unión Soviética significa aprender a triunfar» enseguida era identificado como simpatizante del partido. Pero quien la llevara tras la *perestroika*, después de 1985, privaba de sus propias frases a la doctrina oficial del partido. Las pequeñas desviaciones en el marco de la gramática cultural dominante eran una posibilidad efectiva, bajo estas condiciones, de expresar disidencia y deslegitimar el poder sin tener que temer sanciones graves.

Muy diferente es la situación bajo el dominio de regímenes autoritarios y represivos en las sociedades de la Periferia con sus inmensas desigualdades sociales. Como demuestra el «teatro de los oprimidos» (○ *happening*, ○ *teatro invisible*) de Augusto Boal, aun cuando los métodos de la guerrilla de la comunicación pueden ser aquí una parte fundamental de la práctica política, los objetivos y puntos de partida de estas acciones serán diferentes que en las metrópolis imperialistas. Así, por ejemplo, determinadas formas de crítica del consumo (○ *consume your masters*) no tienen sentido o resultarían incluso cínicas, cuando una parte mayoritaria de la sociedad se ve obligada a vivir por debajo del mínimo de existencia.

Ópera metropolitana

El sistema de sociedad del capitalismo tardío, siempre modernizándose permanentemente a sí mismo, no necesita por lo general de la coacción directa o terrorista para mantener su dominio. El análisis crítico de las sociedades del capitalismo tardío realizado por Herbert Marcuse subraya que entre los fundamentos de las democracias burguesas representativas figura el de saber aguantar y re-integrar las opiniones discrepantes y las desviaciones culturales hasta un cierto grado de radicalidad. La crítica radical puede contribuir, bajo unas condiciones semejantes, a mantener una ficción liberal de diversidad plural, que no deja ver las estructuras institucionales jerárquicas y económicas desiguales. La guerrilla de la comunicación reacciona ante este peligro mediante un movimiento de esquivamiento. No formula posiciones propias, sino que critica las reglas de juego aparentemente evidentes, normales y naturales, que determinan sin una represión abierta lo que está permitido y lo que no. Identifica estas reglas al nivel de la gramática cultural, de las convenciones y de las normas convertidas en vinculantes de manera no verbal, y las ataca mediante intervenciones momentáneas, inesperadas y, en consecuencia, difícilmente reintegrables.

Marcuse, Herbert: «La tolerancia represiva». En: Wolff, Robert P. y ot. (ed.): *Crítica de la tolerancia pura*, Madrid, 1977

En lo que a esto se refiere, hay un concepto político básico en la actuación de la guerrilla de la comunicación que podría ser definido como «sobreafirmación» (○ *sobreidentificación*; ○ *afirmación subversiva*) de la ideología reinante. Toma más en serio que el propio sistema la idea de un ciudadano que piensa con independencia. Las acciones de la guerrilla de la comunicación persiguen, por lo tanto, la deslegitimación de las normalidades aparentes. Allá donde las convenciones habituales aparecen como naturales y definitivas, nos remiten a su construcción social y nos muestran así también su carácter modificable. El mercado aparentemente libre de las opiniones funciona, entre otras cosas, porque apenas si se cuestionan las normas y reglas que lo fundamentan. Atacarlas y formular reglas de juego propias significa acercar la chispa a la mecha de la subversión.

La sociedad capitalista sabía y sabe cómo absorber desarrollos contrarios. En la actualidad su fuerza se basa más en la integración de desarrollos subculturales o disidentes que en su opresión. Esta capacidad de adaptación, sin embargo, también significa que la guerrilla de la comunicación sólo puede funcionar si se cuestiona continuamente y analiza las condiciones sociales de cada momento para encontrar siempre nuevas posibilidades de intervención.

Crítica de la crítica de la guerrilla de la comunicación y reflexiones sobre una resignación precipitada

¿Cómo se puede reconocer si la guerrilla de la comunicación ha golpeado con éxito o no? Tomando como trasfondo el desarrollo social presente, se formulan diferentes objeciones en cuanto a sus posibilidades de efectividad; con frecuencia sus acciones son descritas como política simbólica y se le piden éxitos mensurables. La guerrilla de la comunicación no es ninguna estrategia con el objetivo de desvencijar el sistema y tomar el poder. Es importante tener en cuenta este límite, y por esta razón no tiene evidentemente sentido exigir capacidad hegemónica a las tácticas de la guerrilla de la comunicación. El pensamiento de izquierdas, tanto en su versión

Acerca de la importancia recobrada y la rápida caída del Premio Grillparzer .

premio o bien del rechazo público del premio por varios autores, se tuvo que proceder a retrasar la entrega del premio. Las razones que adujo el jurado fueron que «todo se había convertido en una cosa delicada y peliaguda» así como que «la decisión se había hecho muy complicada». A partir de ahí un manto de silencio cayó sobre el Premio Grillparzer. Las actividades festivas previstas para enero se suspendieron, y lo único que quedó es una denuncia contra unos desconocidos. Para colmo de males, va el mecenas de 99 años Toepfer y se lleva el dinero de la fundación consigo a la tumba.

El censo de población: se descontaron

En 1987, en relación con un censo de población muy polémico, en numerosos buzones de la RFA aparecieron cartas de apariencia oficial con el membrete de la administración local. En seco lenguaje administrativo se les exigía a los ciudadanos y ciudadanas que destruyeran los formularios del censo de población en su poder, puesto que lamentablemente algunos de los repartidos contenían algunos errores de impresión. A la semana siguiente el municipio distribuiría nuevos formularios. Muchos no se lo acabaron de creer y llamaron a las oficinas del Ayuntamiento para asegurarse de que los escritos fueran

Cfr. Marchart, Oliver: «Subkulturindustrie. Mediensubversion, -Guerilla, -Sabotage, -Störung, -Dissidenz, -Piraterie, -Hijacking und andere Techno-Theorien». En: *Spezial. Zeitschrift gegen Kultur und Politik*. nº 103, 1996, pp. 76-81.

de juego socialdemócrata como en la marxista-leninista, siempre ha medido la política siguiendo criterios de conquista del poder y capacidad hegemónica; ¿pero acaso puede ser el objetivo de una política emancipadora conquistar el poder y la hegemonía o participar uno mismo de alguna manera en los manejos de un bloque hegemónico? No hay ningún ámbito social que consiga escapar por sí mismo a las estructuras del poder: ni el arte, ni el mundo subcultural de la música pop, ni la escena autónoma. Puesto que el poder se produce y reproduce en todas partes, también la destrucción de la legitimación y del funcionamiento del poder y de la estructuras de dominación tiene que acometerse desde un «micronivel». Esto no es «la» revolución, pero posiblemente su condición previa. La guerrilla de la comunicación puede hacer tambalearse, atacar y deslegitimar la naturalidad de las pretensiones de dominio y el supuesto orden natural del poder en la actual fase de restauración social. Puede contribuir a abrir de nuevo el espacio en el que se articulen ideas discrepantes sobre las relaciones sociales e intervenir en procesos de discusión relevantes. No es, sin embargo, un remedio seguro contra la incapacidad de hegemonía de la izquierda. Esto se debe a los contenidos, es un problema doméstico no superable de manera tecnicista.

No es casualidad que este manual haya surgido en un momento en el que ni se puede distinguir una base social amplia para un proyecto emancipador (algunas llaman a esto la base de las masas) ni se prevé una revolución de ningún tipo. De momento nos conformamos con lograr habitar zonas temporalmente autónomas. Y si la CSU empieza a hacer campaña electoral con prospectos electorales «fakeados», si la industria de la moda se come la tecnocultura o el punk o si se le ofrece un empleo de ministro a Eulenspiegel, entonces nosotros continuamos nuestro camino —al menos en el plano político— bajo una de nuestras múltiples identidades.

Una cuestión elemental es la de cuál es el «enemigo» contra el que actúa la guerrilla de la comunicación. ¿Acaso sigue existiendo algo así como «los que mandan» y su ideología? ¿Acaso se puede discernir aún un discurso hegemónico delimitado, o es que no existen más bien un número indeterminado de posiciones y cosmovisiones paralelas de manera que a nadie le extraña si se añade alguna más o si se cuestiona alguna de estas posiciones?

Hay una tesis en este contexto que viene a decir que las formas sociales

El censo de población: se descontaron.

auténticos. Por supuesto que no lo eran. El primer objetivo de las imitaciones era perturbar el proceso del censo por medio de la destrucción del mayor número posible de formularios. Aun cuando este objetivo no se pudo alcanzar, la acción provocó que se desarrollase otra dinámica del fake: las autoridades tuvieron que enviar desmentidos a la prensa, se tuvo que hablar de ello. Las fakers respondieron con falsos desmentidos en los que se prevenía de falsos «censadores» (que eran auténticos en realidad). Imaginemos lo que hubiera pasado, si hubieran aparecido ciertamente formularios de encuesta bien

¿Nuevos movimientos sociales?



Aun cuando no haya sido objeto de una teorización sistemática, en el Estado español ha habido en los últimos tiempos una proliferación de acciones que, de manera más o menos clara, se sitúan dentro de las diferentes formas de actuación de la guerrilla de la comunicación. El desarrollo y multiplicación de estas acciones ha coincidido con la crisis de las formas tradicionales de militancia política (partidos y sindicatos), y ha ido en aumento conforme han crecido los diferentes movimientos que les han servido de base: movimiento antimilitarista (luchas por la insumisión, por la abolición del Ejército, contra la industria armamentista, contra la OTAN), movimiento de okupación (lucha contra la especulación y por espacios libres y autogestionados), movimiento ecologista (lucha contra el desarrollismo, contra el TAV, contra los embalses —Itoiz—), movimientos de solidaridad (con los presos ○la Giraldilla solidaria , con la lucha zapatista), luchas de carácter anticapitalista (por la condonación de la deuda externa, contra el FMI, etc.). Pocos son, sin embargo, los grupos o personas que se han dedicado a reflexionar sobre estas formas de actuación. Una excepción sobresaliente es el caso de la ○ *Flambrera Obrera*, que con sus intervenciones «artísticas» abren entre nosotras perspectivas realmente nuevas sobre posibilidades de intervención en la vida pública (○ la Alameda, ○ calle Desalojadores). Las Olimpíadas de Barcelona (○ cobis NO'92, ○ circular del alcalde de Barcelona) y la Expo de Sevilla fueron ocasiones señaladas para las guerrilleras de la comunicación. Su labor (○ una playa para Barcelona) tiene continuidad en grupos como la

dominantes entretanto se han diferenciado de tal manera que ya no se puede distinguir una gramática cultural de contornos definidos. Las situaciones sociales, según esta tesis, ya sólo son percibidas como una rápida relación de imágenes, conforme a una estética televisiva, y ya no son clasificadas atendiendo a puntos de vista y modelos de interpretación trascendentales. ¿Es que la guerrilla de la comunicación no es más que otro jueguecito postmoderno, recogida ecléctica y reunión aleatoria de formas, el final de la política, la disolución definitiva en el gran simulacro multicolor?

Una premisa de la guerrilla de la comunicación es que la confusión que introduce en la normalidad de una situación concreta conduzca más allá de ésta y pueda articular una crítica fundamental. Ésta resultaría inútil si las situaciones e imágenes permanecieran juntas sin relación alguna y sin ningún vínculo pensable. En todo caso, ésta es una visión futurista apocalíptica más que la realidad de la sociedad de las metrópolis. Justo en el momento en que se habla de tal fragmentación desde diferentes partes, vuelven a resurgir los modelos herméticos de nacionalismo, ya sea en la ex Yugoslavia, donde se etnifican los conflictos, o en la propia Alemania, en donde sobre la base del discurso de la fortaleza asediada se

Indiani Metropolitan

El censo de población: se descontaron .

imitados, de los que a su vez las autoridades hubieran tenido que prevenir a la población... Ése hubiera sido el momento en el que ni tan siquiera el ciudadano más voluntarioso hubiera sabido cuál formulario es el auténtico y cuál, según la voluntad de las autoridades, había de ir a parar a la papelera o a la Jefatura de Policía.

Oficina 2004 de Barcelona, nacida como contestación al proyecto de Barcelona, capital multicultural en el 2004: «Las Olimpiadas del 92 impulsaron la modernización capitalista de la ciudad, pero sobre todo fueron una operación de ingeniería social dirigida a crear un modelo de participación ciudadana (el voluntario). Dicha construcción del "buen ciudadano" se asentaba en la glorificación de la identidad (Barcelona, Cataluña...) y en el 92 como horizonte de sentido. Ahora, con el 2004 quieren repetir la operación pero dando un paso más. Con el 2004 nos van a vender además la idea de multiculturalismo, de tolerancia... presentando, en definitiva, Barcelona como la ciudad de las diferencias. Nosotros también queremos contribuir a los festejos del 2004 y, por esa razón, nos hemos constituido en OFICINA. En otras palabras, queremos darles la oportunidad de que si son tan tolerantes nos reconozcan en tanto que diferencia. Por supuesto, nuestra diferencia no se deja representar y además tiene mala leche. (¡Qué le vamos a hacer, esta sociedad nos ha hecho así!) Miles de ojos acechan en la noche. Al Otro siempre lo desaloja el Mismo. Volveremos.»

Los movimientos que han demostrado mayor dinamismo, por lo que a su intervención «guerrillera» en el espacio público se refiere, han sido el movimiento antimilitarista (○ ¡a que no me pillas!, ○ gandhis okupas, ○ presérvate del ejército) y de okupas (○ el Ayuntamiento okupa, ○ desalojan al president, ○ carta a los políticos, ○ el gegant de la ciutat), así como los nuevos movimientos de resistencia contra el paro y la precariedad social, que con sus semanas de acciones, bajo el lema «Rompamos el silencio», intentan encontrar vías de intervención que permitan

lanzan consignas de resistencia nacionalista que pretenden transmitir una imagen cerrada de Alemania. En este contexto se sitúan también las orientaciones religiosas como el fundamentalismo protestante occidental y el islamismo, cuyas cosmovisiones cerradas se pueden interpretar según los contextos políticos.

Tampoco allí donde se observa una fragmentación real de los discursos políticos se encuentran huellas de azar. En vez del gran discurso hegemónico único aparecen muchos discursos pequeños de carácter local y similares en su estructura; la estructura de los discursos del poder y de la opresión no ha cambiado esencialmente. La guerrilla de la comunicación actúa, bajo las circunstancias reinantes, con frecuencia «sólo» al nivel de la micropolítica local. De esta manera intenta hacer aparecer una crítica fundamental al poder y a la opresión, aun cuando ésta no sea formulada explícitamente. La guerrilla de la comunicación, por lo tanto, no es una despedida de la crítica (ideológica) a fondo para apostar por el azar. Sí que intenta, no obstante, ser consciente de sus posibilidades limitadas, en vez de considerar la actuación propia, en plan fanfarrón, como la «verdadera» política «correcta» y «revolucionaria».

En la discusión en torno a la «política simbólica» se manifiesta muchas

Presérvate del Ejército

En otoño de 1998 un grupo de antimilitaristas valencianos se encaramaron a una de las garitas de vigilancia a la entrada de Capitanía General para colocar un gigantesco preservativo gigante de unos 4 metros de altura por 3 de diámetro. Ante la estupefacción de la Policía Militar, que custodiaba el lugar, el profiláctico fue desplegado correctamente y protegido contra agresiones por un círculo humano. Unas 40 personas se sumaron al acto con pancartas con lemas como «¿Quién nos protege... de los ejércitos?» o «Presérvate del Ejército». Se quería denunciar de esta original manera el Consejo de Guerra que ese mismo día tenía lugar en La Coruña contra el insumiso a los cuarteles Jesús Belascoain.

abrir al conjunto de la población nuevas lecturas de la realidad.

«La desobediencia civil a la ley, pública, colectiva y consciente, ha sido la herramienta de la que se ha dotado el movimiento a lo largo de estos casi 30 años. [...] Plantea en lo básico una confrontación entre legalidad y legitimidad [...] no aceptando pasivamente la respuesta represiva o legalista del Estado y sus instituciones, sino por el contrario instrumentalizando los mecanismos del propio poder en su contra, en una especie de jiu-jitsu político (en muchas ocasiones el simple hecho de aplicar la ley se convierte en una tarea imposible) [...]. Estas campañas de desobediencia civil tienen sus momentos de mayor visibilidad pública en las llamadas acciones noviolentas. [...] Éstas suelen buscar paisajes militaristas, como cuarteles, fábricas de armas, gobiernos militares, tribunales, desfiles, etc., como escenarios donde representar simbólicamente el rechazo social al Ejército y visualizar la represión ejercida por éste, al utilizarlos para que los desobedientes "provoquen" su detención. Encadenamientos, ocupaciones temporales, "rebautizos" de instalaciones militares, colocación de pancartas, "strip-tease" en plena jura de bandera, cadenas humanas, ayunos, encarteladas, demoliciones simbólicas, etc., han constituido momentos de recuperación de la calle como espacio netamente político y verdaderamente público, donde se rompe la dualidad activista-espectador e incluso la propia policía tiene que someterse al "papel" que le asigna la organización del acto.» (Escrito del Moviment d'Objecció de Consciència [MOC] de Valencia)

veces la crítica de que las prácticas que sirven de referencia a la guerrilla de la comunicación llevaron a cabo una estetización inaceptable de la política. A esto le sigue el reproche de «jugar la carta del fascismo», puesto que también el nazi-fascismo estetizó a fondo su política. Dejando de lado que los nazis se apoderaron de prácticamente todo lo que les pareció útil para su éxito, y que llevaron a cabo su estetización recurriendo a todos los medios de poder e infraestructuras pensables, con esta crítica se realiza una distinción que contrapone una política simbólica a una política «substancial» auténtica que resulta absurda en sí misma. La política es siempre simbólica. También los conflictos sociales que, por ejemplo, se expresan en huelgas necesitan buscar una representación cultural de sus contenidos. La guerrilla de la comunicación no lleva a cabo una estetización de la política, sino que se toma en serio los momentos estéticos de la política e intenta volverlos en contra de sus creadores.

Farber, David: *Chicago '68*. Chicago/Londres, 1994, p. 225.

La guerrilla de la comunicación no describe ningún movimiento, sino una actitud esencial respecto a la acción política. Los grupos y movimientos presentados en este manual tienen sus prácticas e historia(s) propias y su propio presente. No han escrito siempre páginas de gloria, desde luego, y tenemos que

Presérvate del Ejército



preguntarnos a fondo hasta qué punto sus interpretaciones erróneas y sus equivocaciones tienen que ver también con sus formas de representación y acción. No es objetivo de este libro estilizar en iconos adorables a los grupos presentados para revivir y dar continuidad acrítica a sus prácticas.

Aun cuando el final de estos grupos se vio marcado, en parte, por una represión estatal masiva, como en el caso de los ○ *Indiani Metropolitani* o también de la Autonomia Operaia —se realizaron más de 700 detenciones—, queda la pregunta de por qué los que quedaron desaparecieron en su mayoría de la arena política o se engancharon y fueron a desaparecer, como muchos ○ *provos*, en el mundo de la droga. Probablemente aquí se muestra un problema especial de los grupos que ponen la «diversión» en el centro de su práctica política. Cuando se pierde la posición política y el contexto colectivo de actuación, estos postulados se estrellan en algún punto intermedio entre la miseria individual, la psicoterapia y la familia nuclear. Numerosos grupos se pelean o se dividen —tan habitual en la izquierda— hasta tal punto que se hace imposible cualquier práctica política común. Esto no fue siempre un gran mal. Los movimientos sociales que se han entendido como cultura juvenil se acabaron, forzosamente, con la juventud de sus protagonistas; éste es un problema general de los movimientos subculturales.

Provos

Sin embargo, también dejaron tras de sí huellas y mitos. Dejaron su marca en una cultura política que puede servir a grupos venideros como fundamento de posibilidades de resistencia política y, en última instancia, puede hacer posible cierta continuidad en la práctica subversiva, aun cuando cambien las condiciones, los lugares y las personas.

¡Ninguna revolución sin juerga, ni juerga sin revolución!

La guerrilla de la comunicación es una forma defensiva de práctica política, y hoy en día se deciden por ella pequeñas agrupaciones temporales que no pueden movilizar una «base masiva» y que, por lo tanto, no tienen más remedio que desarrollar formas visibles de intervención pública con un esfuerzo mínimo. Las acciones aquí reunidas bajo la etiqueta de guerrilla de la comunicación tampoco necesitan de masas para su realización, sino de grupos pequeños que actúan con gana y conocimiento en un contexto social. El reverso de la medalla es que muchos de estos grupos, precisamente por no haber tenido que luchar por una masa amplia de seguidores, tienen un cierto toque elitista incómodo (los situacionistas, desde luego los dadaístas, también los pranksters).

El discurso de año nuevo del Canciller federal

Una noche de Nochevieja de mediados de los años 80 había al principio pocos telespectadores, pero por supuesto sí que estaba el Sr. Canciller federal, horrorizado al ver aparecer en la pantalla su discurso de año nuevo. Un(a) faker hasta ahora no identificada había cambiado «sin querer» las películas y había puesto el discurso del año anterior. Nadie se dio cuenta de ello, por supuesto. Justamente ésa era la crítica: ¿qué sentido tiene que el importante señor Kohl, con cara de importancia, nos suelte cada año el sermón anual en casi todas las pantallas de televisión del país? Seguro que ningún sentido

En resumidas cuentas, todavía nos sigue pareciendo casi imposible definir exactamente el concepto de «guerrilla de la comunicación». Nuestra experiencia nos dice que de todas maneras cada una acaba interpretándola como quiere. La palabra clave «comunicación» es un lugar común que, al igual que «información», se convirtió en palabra de moda para describir la realidad social. El concepto de «guerrilla» está tan poseído por fantasías políticas que toda la izquierda radical lo quiere hacer suyo para su práctica (y algunos no nos perdonan que lo hayamos sacado de sus contexto social-romántico).

Lo que es de verdad la guerrilla de la comunicación —una flipada, una nueva práctica antigua, un canto de cisne de la izquierda, la aurora de la revolución—es algo que tendrán que determinar las lectoras del libro por sí mismas. Haciendo una interpretación libre de Bertolt Brecht, acabamos nuestras reflexiones con una arenga de despedida patética: Apreciado público, vamos, búscate tú mismo el final, tiene que haber uno bueno, ¡tiene que haber uno!, ¡tiene que haber uno!



El discurso de año nuevo del canciller federal .

de contenido. Como en casi todos los fakes, las consecuencias casi siempre quedan abiertas. Hay muchas variaciones pensables: desde la constatación de que «importa un carajo lo que diga», pasando por la exigencia de «apagar a Kohl» o la socialdemócrata-reformista-ilusa de «dotar de mayor contenido a los discursos de año nuevo», hasta la de «es tiempo de emisión para todos».